



Verband Südwestdeutscher Zeitungverleger e.V.

Jahresbericht 2013



Verband Südwestdeutscher Zeitungverleger e.V.

Jahresbericht 2013

Vorwort

Die Verbandsarbeit war auch im Jahr 2013 durch die Digitalisierung der Medien und den sich hieraus ergebenden Herausforderungen für die Zeitungsbranche geprägt.

In den vergangenen Jahren haben sich bereits viele Zeitungsverlage in Baden-Württemberg zu erfolgreichen Medienhäusern gewandelt. Deren Umsätze generieren sich schon längst nicht mehr allein aus gedruckten Produkten, sondern in zunehmendem Maße auch aus neuen Geschäftsfeldern wie dem Internet, Postdienstleistungen oder der Veranstaltung von Messen und Kongressen.

Ungeachtet dieser erfreulichen Entwicklung bildet nach wie vor die Zeitung als das vertrauenswürdigste Medium den Kern verlegerischer Tätigkeit.

Gut recherchierte und um Kommentare ergänzte Nachrichten sowie Hintergrundinformationen zum Weltgeschehen aus vertrauenswürdigen Quellen erfüllten mit Blick auf die immer komplexeren politischen oder wirtschaftlichen Sachverhalte auch im Berichtsjahr mehr denn je ihre Wegweiserfunktion im heutigen Informationsdschungel.

Dieser positive Trend fand durch die gestiegene Reichweite der redaktionellen Verlagsangebote eindrucksvoll seine Bestätigung. Gedruckt, online und mobil erreichen die Zeitungen in Deutschland mehr als 80 % der über 14-Jährigen. Ein Rekordwert, auf den die Branche zu Recht stolz sein kann.

Die mit der Digitalisierung einhergehenden Herausforderungen bedürfen aber politischer Rahmenbedingungen, die den Strukturwandel der Verlagshäuser unterstützen und nicht hindern.

Insofern sind beispielsweise die Verabschiedung eines längst überfälligen Leistungsschutzrechts für Presseverleger oder auch die beschlossene Novellierung des Pressefusionsrechts ausdrücklich zu begrüßen.

Große Sorgen bereitet den Verlagen hingegen der im Koalitionsvertrag zwischen CDU und SPD vorgesehene flächendeckende Mindestlohn. Eine Umsetzung der Pläne würde die Verlagshäuser vor enorme logistische Herausforderungen stellen und nachhaltige wirtschaftliche Belastungen nach sich ziehen. Die seit Jahrzehnten bewährte Zeitungszustellung kann und darf als reine Aushilfs- oder Nebenerwerbstätigkeit nicht dem politischen Ziel untergeordnet werden, vollberuflichen Erwerbstätigen einen auskömmlichen Lebensunterhalt ohne staatliche Unterstützung zu ermöglichen.

Bei den im Berichtsjahr begonnenen und derzeit laufenden Verhandlungen über die Tarifverträge der Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen erwarten wir von den Mediengewerkschaften die Einsicht, dass sich der laufende Transformationsprozess der Verlage hin zu Medienhäusern auch in flexibleren sowie leistungsorientierteren Tarifstrukturen widerspiegeln muss. Eine Einsicht, die bei anderen, konkurrierenden Mediengattungen schon längst Platz gegriffen hat.

Der VSZV-Jahresbericht 2013 informiert wie gewohnt über die vielfältigen Verbandsaktivitäten, berichtet über die wichtigsten Branchenereignisse und beschreibt die wirtschaftliche Entwicklung der baden-württembergischen Zeitungen im abgelaufenen Jahr.

Unseren Verbandsmitgliedern möchten wir auch in diesem Jahr ganz herzlich für ihre ehrenamtliche und materielle Unterstützung danken, ohne die eine Bewältigung der vielfältigen Herausforderungen nicht möglich wäre.

Stuttgart, April 2014

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 2013	7
3.	Auflagenstatistik	8
4.	Reichweiten	9
5.	Anzeigenumfänge	13

II. Allgemeine Verbandsarbeit

1.	VSZV-Jahrestagung am 17. Mai 2013 in Ravensburg	15
2.	VSZV-Mitgliederversammlung 2013	15
3.	Vorstand	24
4.	Landespresseball 2013	24
5.	TV Komm. am 26. Februar 2013 in Karlsruhe	25

III. Recht und Sozialpolitik

1.	Tarifverhandlungen Redakteure	26
2.	Gehaltstarifvertrag für Verlagsangestellte	26
3.	Urhebervertragsrecht und Bildhonorare für Freie Mitarbeiter	27
4.	Freie Mitarbeiter	27
5.	Diskussion über flächendeckenden Mindestlohn	28
6.	SEPA-Umstellung	29

IV. Medienpolitik

1.	Leistungsschutzrecht für die Zeitungsverlage	30
2.	Reform des Pressefusionsrechts / Änderung des GWB	30
3.	Glücksspielstaatsvertrag	30
4.	Das Kartellverfahren der Verlage gegen Google	31
5.	Regionale Auseinanderschaltung von TV-Werbung nationaler TV-Anbieter in Kabelnetzen	32
6.	Neulizenzierung der Hörfunkverbreitungsgebiete ab dem 1. Januar 2016 und Änderungen des Telekommunikationsgesetzes: Komplexe Verknüpfungen der Rechtsmaterien	34
7.	Digitaler Rundfunk DAB+	38
8.	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	40

V. Anzeigen

1.	Anzeigenausschuss	46
2.	Anzeigenleitertagung	47

VI.	Vertrieb	
1.	Vertriebsausschuss	50
2.	Vertriebsleitertagung	50
3.	Zeitung in der Schule/Kindermedienland	52
VII.	Digitale Medien	
	Ausschuss Digitale Medien	54
VIII.	Aus- und Weiterbildung	
1.	Seminarangebot für kaufmännische Verlagsmitarbeiter	56
2.	Praxisseminar für junge Mediaplaner	57
3.	Medienkaufmännische Berufsausbildung / Seminarangebote	57
4.	Grundlagenseminar zum Medienverkauf für auszubildende Medienkaufleute	57
IX.	JBB – Journalistische Berufsbildung	
1.	Seminararbeit 2013	59
2.	Umfrage zur Volontärsausbildung	59
3.	Seminare für Volontäre und Redakteure	61
4.	Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB	61
5.	VSZV-Vertreter des JBB-Vorstandes	61
6.	DJV-Vertreter des JBB-Vorstandes	61
7.	JBB-Beirat	62
8.	Seminarprogramm 2014	62
X.	Journalistenpreise	63
XI.	Aus den Verlagen	64
XII.	Gremien und Ehrenämter	72
XIII.	Wir betrauern	83
XIV.	Wir gratulierten	84
XV.	Daten zur Tagespresse in Baden-Württemberg	86

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

1. Die wirtschaftliche Lage in Baden-Württemberg

Die konjunkturelle Erholung, die in der 2. Jahreshälfte 2013 einsetzte, hat dafür gesorgt, dass das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) in Baden-Württemberg trotz eines schwachen 1. Halbjahrs im abgelaufenen Jahr um gut 0,5 % gestiegen sein dürfte. Der Gesamtkonjunkturindikator des Statistischen Landesamtes zeigt an, dass der Aufschwung noch weit in das nächste Jahr tragen wird. Die Rahmenbedingungen für die Binnennachfrage, wie Preis- und Beschäftigungsentwicklung, gestalten sich positiv, ebenso das internationale Konjunkturmilieu, so dass für 2014 ein reales BIP-Wachstum von rund 1,75 % in Baden-Württemberg erwartet wird.

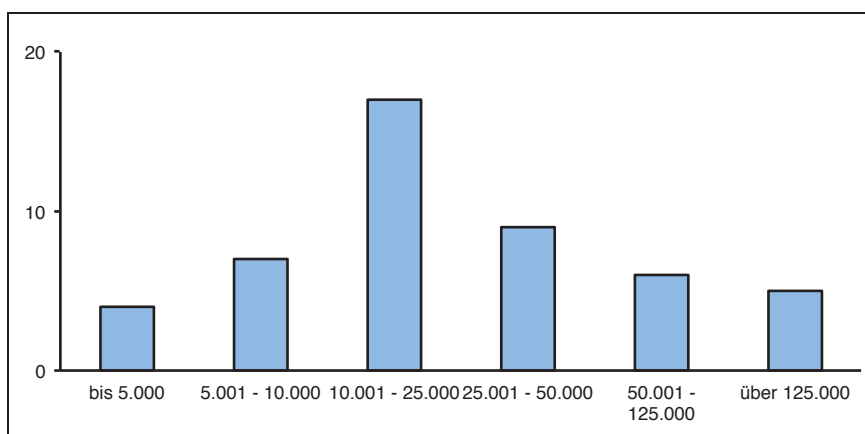
Die Erwerbstätigkeit legte nach aktuellem Kenntnisstand im Jahr 2013 um knapp 1 % gegenüber dem Vorjahr zu, was rund 50.000 Personen entspricht. Die Anzahl der Erwerbstätigen lag damit im Jahresmittel 2013 bei über 5,8 Mio. Der größte Teil der Beschäftigungszunahme ist der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung zuzuschreiben – mit 4,1 Mio. Personen die bei weitem größte Gruppe der Erwerbstätigen. Die anziehende Konjunktur wird die Nachfrage nach Arbeitskräften weiter stützen, so dass für 2014 von einem weiteren Anstieg der Erwerbstätigenzahl von wiederum knapp 1 % ausgegangen wird.

Die Verbraucherpreise in Baden-Württemberg sind 2013 in eher mäßigem Tempo gestiegen. Die Teuerungsraten zum Vorjahresmonat schwankten von Januar bis November zwischen 0,9 und 1,7 %. Im Durchschnitt der ersten 11 Monate 2013 lag der Index der Verbraucherpreise um 1,3 % über dem Vorjahresniveau. Die 2 %-Marke, bis zu der nach Auffassung der Europäischen Zentralbank Preisstabilität besteht, wurde damit deutlich unterschritten. Der Anstieg des Verbraucherpreisindex wurde vor allem durch die Preise für Mineralölprodukte gebremst, die unter das Vorjahresniveau sanken. Ebenfalls inflationsdämpfend wirkte der Wegfall der Praxisgebühr, durch den sich die Inanspruchnahme ambulanter Gesundheitsdienstleistungen verbilligte (Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2013).

Die Anzeigenumfangsstatistik der ZMG, die auf den monatlichen Erhebungen der VSZV-Geschäftsstelle basiert, weist für Baden-Württemberg im Jahr 2013 einen Rückgang von insgesamt 7,1 % aus. Auf Bundesebene weisen die Anzeigenumfänge ein Minus von insgesamt 9,1 % im Vergleich zum Vorjahr aus. Eine positive Entwicklung auf Landesebene ist im Bereich Reise zu verzeichnen. Hier ergibt sich aus der Anzeigenumfangsstatistik der ZMG, dass in Baden-Württemberg für das Jahr 2013 ein Zuwachs von 1,9 % zu verzeichnen ist. Auf Bundesebene ist für die Sparte Reise hingegen ein Rückgang von 7,5 % zu verzeichnen.

2. Zeitungsstruktur 2013

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 fünf Verlage, wobei der größte Verlag bei 171.906 (verk. Auflage IVW IV/2013) liegt. Vgl. die nachfolgende Tabelle der Auflagensgruppen sowie die Aufstellung im Abschnitt XV. „Daten zur Tagespresse in Baden-Württemberg“ ab Seite 86.



Die baden-württembergischen Tageszeitungen 2013 nach Auflagengruppen

3. Auflagenstatistik

Verkaufte Auflage der lokalen/regionalen Abonnementzeitungen im 4. Quartal 2013 – Auflagenstatistik der ZMG (Angaben: in Tausend):

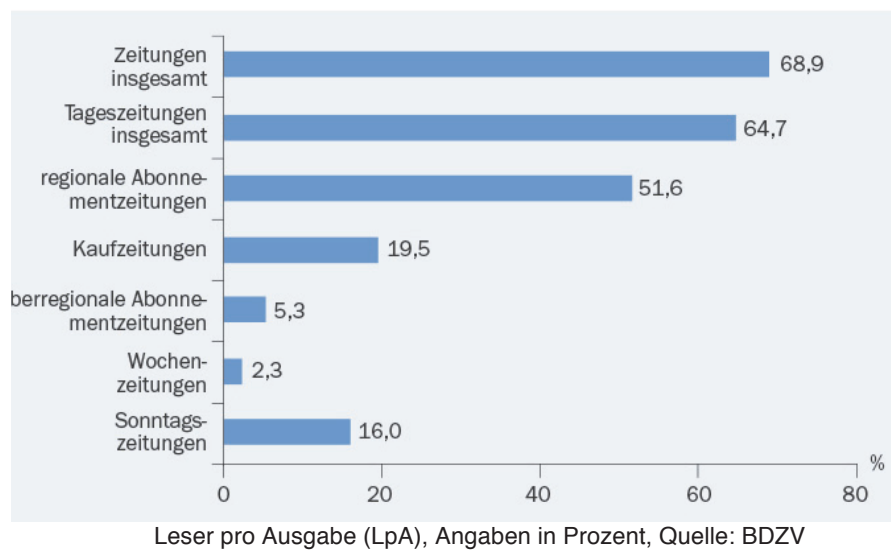
		in % zu 4. Quartal 2012
Bremen	216,63	-1,18
Hamburg	197,94	-8,33
Niedersachsen	1.395,07	-1,61
Schleswig-Holstein	411,23	-1,04
Nielsen I	2.220,78	-2,10
Nordrhein-Westfalen	2.699,98	-4,01
Nielsen II	2.699,98	-4,01
Hessen	816,45	-7,30
Rheinland-Pfalz+Saarland	830,36	-2,90
Nielsen IIIa	1.646,81	-5,13
Baden-Württemberg	1.903,44	-1,65
Nielsen IIIb	1.903,44	-1,65
Bayern	1.893,06	-1,75
Nielsen IV	1.893,06	-1,75
Berlin	355,12	-3,76
Nielsen V	355,12	-3,76
Brandenburg	320,90	-4,22
Mecklenburg-Vorpommern	314,01	-2,07
Sachsen-Anhalt	378,76	-2,28
Nielsen VI	1.013,65	-2,84
Sachsen	704,90	-2,75
Thüringen	350,85	-3,55
Nielsen VII	1.055,75	-3,02

Quelle: ZMG

4. Reichweiten

Die Zahlen der Media-Analyse 2013 belegen das hohe Niveau der Reichweiten der deutschen Zeitungen: 45,5 Mio. Menschen in Deutschland greifen täglich zur Zeitung. Das bedeutet, dass knapp zwei Drittel der über 14-Jährigen jeden Tag eine Zeitung lesen. Zusammen mit den Wochen- und Sonntagszeitungen erreichen die gedruckten Ausgaben sogar 68,9 %. Doch ist das nur ein Teil der Wahrheit. Denn auch die Verlagswebsites erfreuen sich immer größerer Beliebtheit. Mittlerweile sind vier von zehn Internetnutzern regelmäßige Besucher der Online-Angebote der Tagespresse. Hinzu kommt eine ständig wachsende Zahl an Smartphone- und Tablet-Besitzern, die sich von unterwegs bei den Verlagen informieren. Kurzum: Die Zeitungen erreichen heute so viele Menschen wie nie zuvor.

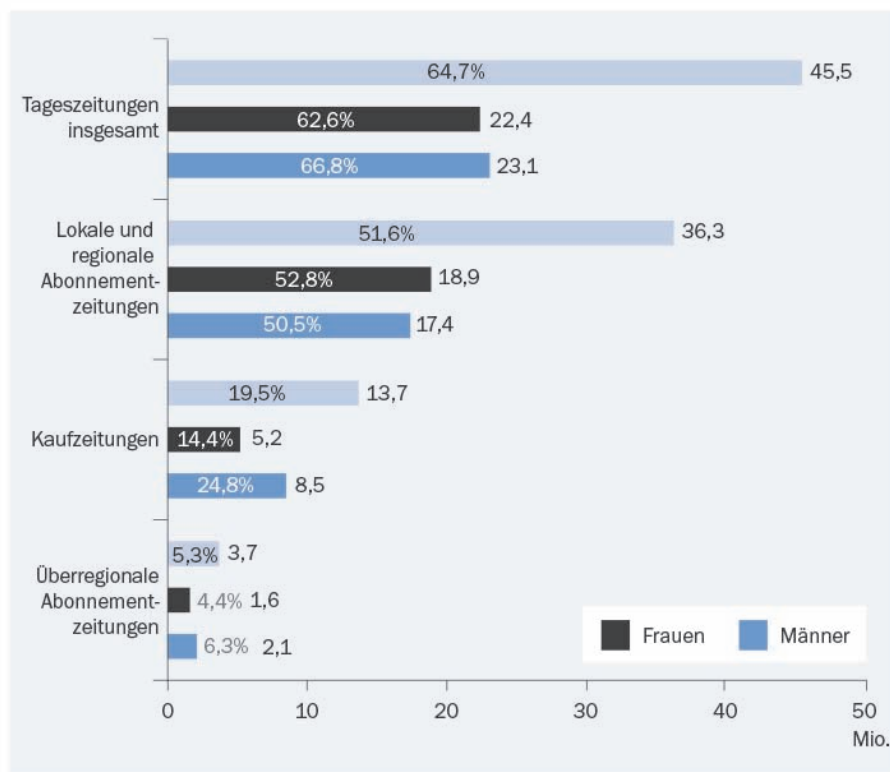
Reichweiten der Zeitungen 2013



Vor diesem Hintergrund ist eine Betrachtung der Printleserschaft der deutschen Zeitungen längst nur noch eine Seite der „Reichweitenmedaille“. Deshalb sind in der Detailauswertung sowohl die Daten der Media-Analyse Tageszeitungen der Arbeitsgemeinschaft Mediaanalyse (agma) als auch die Werte der internet facts und mobile facts der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) einbezogen. Im Jahr 2013 erreichten die deutschen Zeitungen erscheinungstäglich mit ihren Printausgaben 68,9 % (48,5 Mio.) der deutschsprachigen Bevölkerung über 14 Jahren. Großer Beliebtheit erfreuen sich auch die Webangebote der Verlage, die regelmäßig von 41,4 % der Internetnutzer besucht werden (29,1 Mio. Unique User). Hinzu kommen mehr als 6,2 Mio. Nutzer, die sich von unterwegs via Smartphone- oder Tablet-App beziehungsweise mobile Website bei den Verlagen über lokale, regionale, nationale und internationale Geschehnisse informieren.

Erscheinungstäglich 45,5 Mio. Leser

Allein die Tageszeitungen vereinen pro Erscheinungstag 45,5 Mio. Leser auf sich, was einer Reichweite von 64,7 % entspricht. Davon entfallen 36,3 Mio. auf die regionalen Abonnementzeitungen und gut 13,7 Mio. auf die Kaufzeitungen. Weitere 3,7 Mio. greifen zu den überregionalen Blättern. Mit 64,8 % in den westlichen Bundesländern (inklusive Berlin) und 63,9 % in den östlichen liegt die Reichweite der Tageszeitungen insgesamt in Ost- und Westdeutschland nur wenige Prozentpunkte auseinander. Deutlicher sind die Unterschiede bei den überregionalen Blättern: Ihre Reichweite liegt in den neuen Bundesländern bei 2,2 % und in den westlichen bei 5,9 %.



Reichweiten der Tageszeitungen in Deutschland 2013, Quelle: BDZV

Zeitungen in allen Altersgruppen beliebt

Die Tageszeitungen erreichen alle Altersklassen. Selbst bei den Jugendlichen unter 19 Jahren greift über ein Drittel täglich zur gedruckten Zeitung (1,7 Mio.), bei den 20- bis 29-Jährigen sind es bereits 47,4 %, was 4,7 Mio. Lesern entspricht. Bei den über 30-Jährigen liegt der Wert bei 56,5 % (5,4 Mio.) und bei den 40- bis 49-Jährigen gehören 65,5 % oder 8,7 Mio. zu den regelmäßigen Lesern. Die höchsten Printreichweiten werden im Segment der über 70-Jährigen mit 78,9 % (9,7 Mio.) erzielt. Direkt dahinter liegen die Gruppen der 60- bis 69-Jährigen mit 77,5 % (6,8 Mio.) und der 50- bis 59-Jährigen mit 72,8 % (8,6 Mio.). Insgesamt erzielen die Tageszeitungen bei der für die Werbewirtschaft immer attraktiver werdenden, weil zumeist kaufkräftigen, Zielgruppe 50+ eine Reichweite von 76,3 %, was 25,1 Mio. Lesern entspricht.

Am häufigsten werden Tageszeitungen in Haushalten mit mehr als 2.500 Euro monatlichem Nettoeinkommen (66,7 %) gelesen. Von den Haushalten mit einem Einkommen zwischen 2.000 bis 2.500 Euro werden 65,6 % erreicht, gleichauf liegen die mit 1.500 bis 2.000 Euro Nettoeinkommen (65,7 %). Insbesondere Doppelverdiener gehören mit einer Reichweite von 67,2 % zu den Lesern einer Tageszeitung.

Mehr Leser als Leserinnen

Insgesamt entspricht die soziodemografische Zusammensetzung aller Tageszeitungen hinsichtlich Geschlecht, Bildung und Beruf der Leserschaft dem Querschnitt der Bevölkerung: Laut MA 2013 erzielen die Tageszeitungen bei den Frauen eine Reichweite von 62,6 % und bei den Männern von 66,8 %. Differenziert nach regionalen Kriterien zeigt sich, dass im Westen der Republik (inklusive Berlin) Tageszeitungen bei Männern überproportional beliebt sind (67,2 %/Frauen 62,5 %), wo hingegen in den neuen Bundesländern der weibliche Anteil un-

ter den Lesern leicht über dem Bundesdurchschnitt liegt (63,1 %), bei den Männern kommen die täglich erscheinenden Zeitungen im Osten auf eine Reichweite von 64,8 %.

Von den 47 Mio. Berufstätigen oder sich in Ausbildung befindenden Personen in Deutschland, die rd. 66,7 % der über 14-Jährigen ausmachen, werden 64,4 % vom Medium Tageszeitung erreicht. Beim nicht oder nicht mehr berufstätigen Bevölkerungsanteil, zu dem hier auch die Rentner und Pensionäre gezählt werden, liegt die Reichweite bei 73,9 %. Zeitungslesen wird oft mit hoher Bildung gleichgesetzt, was sich in den Daten der Media-Analyse aber nur bedingt bestätigt. Hier fallen insbesondere die Gruppen der Bevölkerung auf, die einen Haupt- und Volksschulabschluss verbunden mit einer Lehre haben. In dieser Zielgruppe liegt die Tageszeitungs-Reichweite bei 72,1 %. Die Personen, die ein Studium absolviert haben und einen (Fach-)Hochschulabschluss besitzen, lesen zu 70 % Zeitung. Und selbst in dem Bevölkerungsanteil ohne abgeschlossene Lehre liegt die Zeitungsnutzung bei 55,9 %.

Neben den Printtiteln unterhalten die deutschen Zeitungen 660 redaktionelle Online-Angebote, die von mehr als der Hälfte der deutschen Internetnutzer regelmäßig besucht werden (Quelle: BDZV).

Online Reichweiten

Die Online-Reichweiten der Zeitungen steigen ständig. Mittlerweile besuchen 29,6 Mio. Unique User in Deutschland regelmäßig die 660 Webangebote der Verlage. Gegenüber dem Vergleichsquartal 2012 bedeutet dies einen Zuwachs um 1,9 Mio.

Reichweiten (%) und unique User der **Online-Zeitungsangebote** im durchschn. Monat



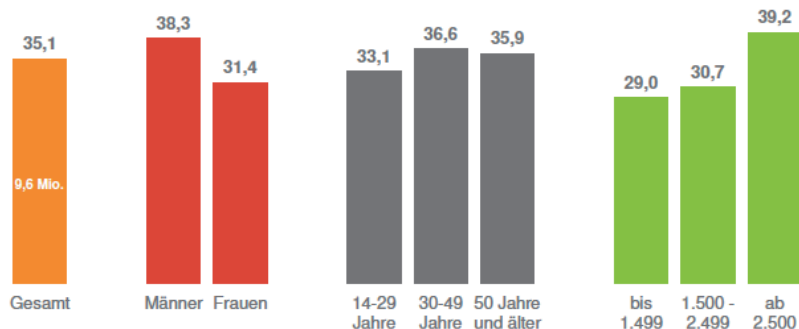
Quelle: AGOF internet facts 2013-7

Aus den Ergebnissen der AGOF internet facts 2013-7 erreichen die Portale der regionalen Abonnement-Zeitungen 22,34 Mio. Unique User (plus 2,1 Mio.). Damit liegt diese Gattung vor den überregionalen Zeitungen mit 15,9 Mio. (keine Veränderung) und den Kaufzeitungen mit 15,45 Mio. Unique Usern (plus 1,15 Mio.).

Die größte Reichweite erzielen die Zeitungen im Netz in der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen (66,2 %). Aber auch bei den Usern zwischen 30 und 49 Jahren erreichen die Verlage mehr als die Hälfte (51,2 %) und bei den über 50-Jährigen 24,7 %. Der Blick auf die Löhne zeigt, dass auch online die Zielgruppe mit einem Haushalts-Nettoeinkommen von über 2.500 Euro zu den überdurchschnittlich starken Zeitungslesern gehört (49,1 %). Deutlich mehr Männer (16,2 Mio.) als Frauen (13,3 Mio.) steuern die Seiten der Zeitungen an.

Die Zeitungen erreichen mit ihren mobil optimierten Webseiten 35,1 % der mobilen User. Das entspricht 9,6 Mio. Lesern im durchschnittlichen Monat. Zu diesem Ergebnis kommt die Sonderauswertung der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft auf Basis der aktuellen AGOF mobile facts 2013-III. Die Nutzung der mobilen Zeitung ist altersunabhängig. Die Reichweite variiert nur wenig. Am höchsten ist sie mit 36,6 Prozent bei den 30- bis 49-Jährigen.

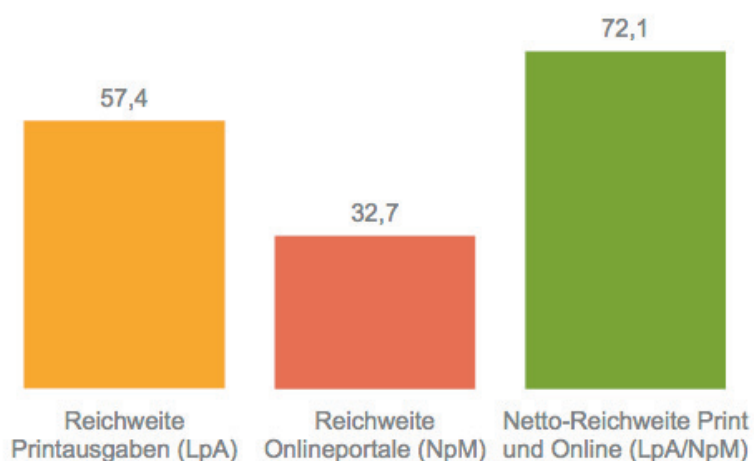
Reichweiten der Mobile-Zeitungsangebote im Einzelmonat in soziodemographischen Zielgruppen



Basis: Mobile unique user (27,3 Mio. Pers.) Quelle: AGOF mobile facts 2013-III (Einzelmonat)
Angaben: in % und Mio

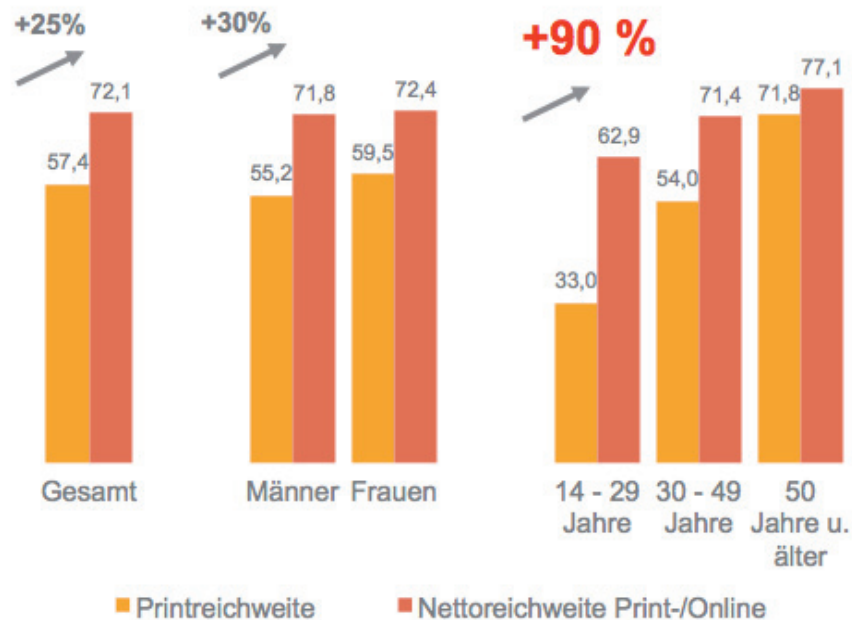
Reichweiten Baden-Württemberg

Auf Landesebene ist für die regionalen Abonnementzeitungen im Berichtsjahr eine Netto-reichweite für Print und Online von 72,1 % zu verzeichnen. Mit der Nettoreichweite aus Print- und Online gewinnt die Liste regionaler Abozeitungen in Baden-Württemberg gegenüber der Printreichweite 14,7 Prozentpunkte. Dies sind 1,3 Mio. zusätzliche Nutzer.



Aktuelle Cross-Channel-Reichweiten in der b4p
Regionale Abonnementzeitungen in Baden-Württemberg, Quelle: b4p 2013 III

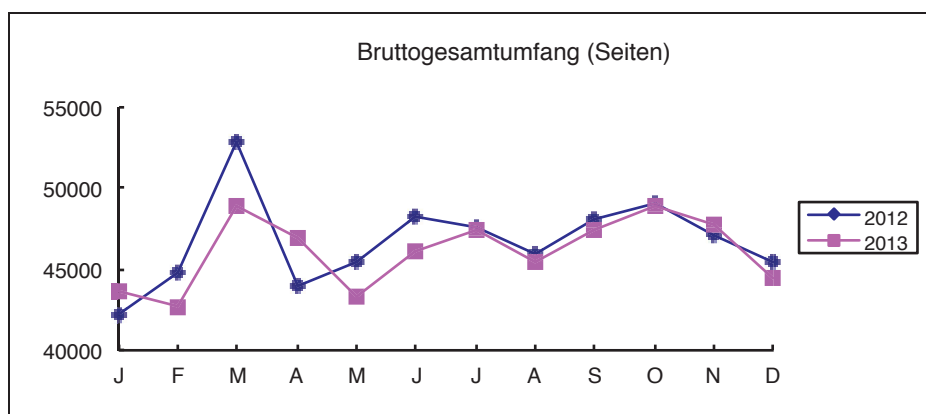
Mit der Nettoreichweite Print und Online gewinnt die Liste regionaler Abozeitungen vor allem bei den Jugendlichen. Die Zunahme um 90 % bedeuten 610 Tsd. zusätzliche Leser in der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre:



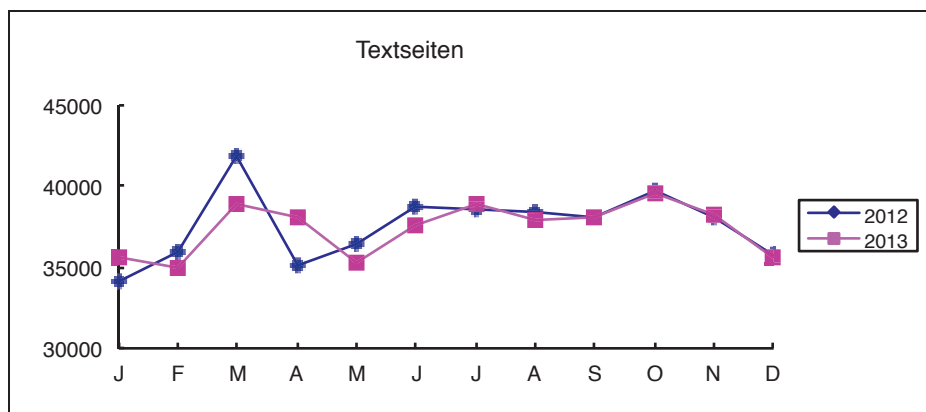
Nettoreichweiten Print und Online nach Soziodemographie
Regionale Abozeitungen in Baden-Württemberg für das Jahr 2013, Quelle: b4p 2013 III

5. Anzeigenumfänge

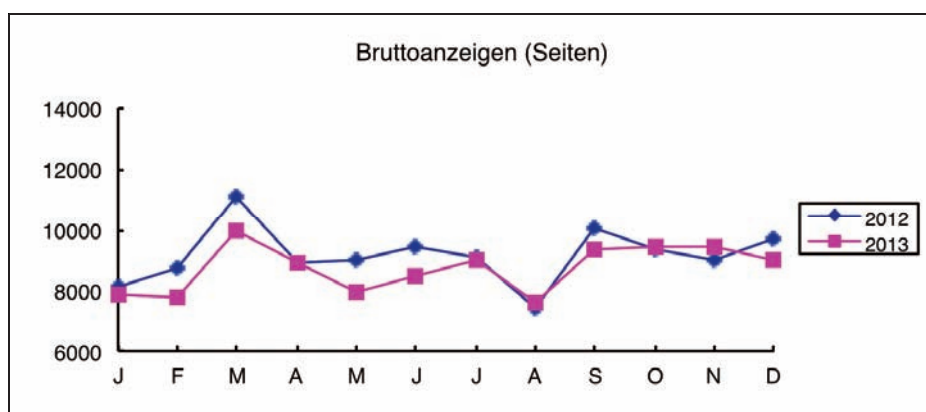
Die nachfolgenden Tabellen geben Auskunft über die Entwicklung der Bruttogesamtumfänge und der Beilagen in Baden-Württemberg. Im Jahresdurchschnitt sanken die Bruttogesamtumfänge im Jahr 2013 im Vergleich zum Jahr 2012 um 1,3 %, die Textseiten um 0,5 % und die Bruttoanzeigen nahmen um 4,9 % ab. Die Zahl der Prospektbeilagen sank um 0,8 %.



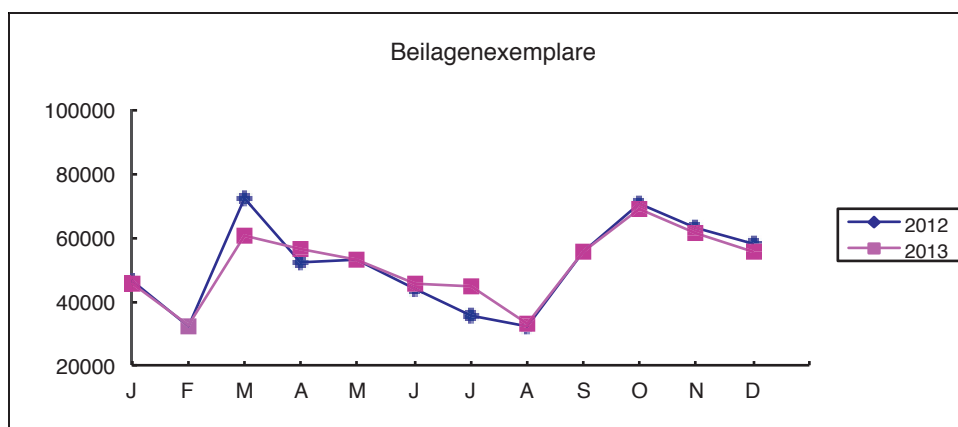
1. Bruttogesamtumfang 2013: -1,3 % (Bund: -2,4 %)



2. Textseiten 2013: -0,5 % (Bund: -1,1 %)



3. Bruttoanzeigen 2013: -4,9 % (Bund: -6,8 %)



4. Beilagen 2013: -0,8 % (Bund: -3,6 %)

II. Allgemeine Verbandsarbeit

1. VSZV-Jahrestagung am 17. Mai 2013 in Ravensburg

Die 60. Jahrestagung des VSZV fand am 17. Mai 2013 im neu errichteten Verlagshaus von Schwäbisch Media in Ravensburg statt.

Wie in den Jahren zuvor wurde am Vormittag der Jahrestagung die ordentliche Mitgliederversammlung des Verbandes durchgeführt, an der 45 Vertreter aus 43 Mitgliedsverlagen teilnahmen.

2. VSZV-Mitgliederversammlung 2013

Der Verbandsvorsitzende Valdo Lehari jr. sprach dem Geschäftsführer des gastgebenden Verlages, Herrn Dr. Sabathil, und den Mitgesellschaftern des Schwäbischen Verlages für die Unterstützung bei der Durchführung der Jahrestagung im Namen der Mitglieder seinen herzlichen Dank aus. Man schätze sich glücklich, dass die Jahrestagung gleich kurz nach dessen offizieller Eröffnung in dem neuen, ausgesprochen gelungenen und sehr beeindruckenden Verlagsgebäude stattfinden könne. Er dankte weiterhin den ehrenamtlich tätigen Vorstandsmitgliedern für die engagierte Arbeit in den unterschiedlichen Ausschüssen des VSZV: Frau Dr. Bechtle-Kobarg (Berufsbildung), Herrn Wilhelm (Anzeigen), Herrn Poppen (Vertrieb), Herrn Wiesner (Digitale Medien), Herrn Dr. Jansen (Sozialpol. Ausschuss), sowie dem BDZV-Vizepräsidenten Dr. Rebmann für sein Engagement in den BDZV-Gremien.

In seinem Rechenschaftsbericht umriss der VSZV-Vorsitzende Valdo Lehari jr. die Schwerpunkte der Verbandsarbeit auf Landes-, Bundes- und europäischer Ebene. Aus seiner Sicht könne er sagen, dass die Kommunikation mit der Landesregierung, so vor allem mit dem Staatsministerium, dem Justiz- sowie dem Wirtschaftsministerium gut funktioniere, er könne in diesem Fall beispielhaft die Themen Pressefusion und Leistungsschutzrecht sowie regionale Werbung nationaler TV-Anbieter in baden-württembergischen Kabelnetzen ansprechen. Gerade letzteres sei von erheblicher Bedeutung für die baden-württembergischen Presseunternehmen. Hier sei es durch konzentrierte und sachliche Aufklärungsarbeit gelungen, Staatsministerium und LFK hinreichend für die Belange der Medien zu sensibilisieren. Schon auf der letzten Tagung habe hier Staatsministerin Krebs zum Ausdruck gebracht, dass es nicht im Interesse der Landesregierung sein könne, das sensible Gefüge einer vielfältigen baden-württembergischen Presselandschaft zu destabilisieren. An ihrer konsequenten Haltung zum Schutz der regionalen Medien habe sich bis heute nichts geändert. Sie habe buchstäblich Wort gehalten.

Er ging auf die Entstehung der nun zum 1. August 2013 in Kraft tretenden Regelungen zum Leistungsschutzrecht ein und schilderte die Haltung der Landesregierung, die generell zwar ein Leistungsschutzrecht befürworte, es aber aus Gründen der „Rechtssicherheit“ gerne anders ausformuliert gehabt hätte, und aufgrund der nun enthaltenen Textpassage „kleinste Textausschnitte“ Unsicherheiten in der Rechtsanwendung befürchte.

Er kritisierte das Gebaren verschiedener sog. „Big Player“ im Mediengeschäft und stellte dies anhand des Rechtsstreits mit Google im Kartellverfahren vor der EU-Kommission (fair share/fair search) und dem Gebaren von Pro7Sat1 Media im Rahmen der Regionalisierung von TV-Werbung nationaler TV-Anbieter in Kabelnetzen dar. Man könne den Eindruck gewinnen, diese Unternehmen agierten unter totaler Befreiung sämtlicher medienpolitisch beabsichtigter Grenzen und Regelungen. Gerade vor diesem Hintergrund sei es für die eher mittelständisch geprägte Zeitungslandschaft in Deutschland und Europa unerlässlich, gemeinsam diese Auseinandersetzung mit den „Big Playern“ anzugehen. Solidarität sei mehr denn je das Gebot der Stunde.

Des Weiteren ging er auf die gegenwärtigen Differenzen mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk (ARD/ZDF-App) und das nicht immer unkomplizierte Verhältnis der Presseverlage zu den großen nationalen Fernsehanbietern ein. Weiterhin schilderte er die jüngsten medienpolitisch relevanten Vorhaben auf Ebene der EU.

Der scheidende Vorsitzende des VSZV-Anzeigenausschusses und Verleger der Heidenheimer Zeitung, Hans-Jörg Wilhelm, gab in seinem anschließenden Bericht einen Überblick über die Entwicklungen auf dem Anzeigenmarkt im zurückliegenden Jahr. Auf Landesebene sei bei den Anzeigenumfängen für das Jahr 2012 ein Rückgang von 9,4 %, auf Bundesebene ein Rückgang von 9,8 % zu verzeichnen. Auch für das laufende Jahr stellte er fest, dass sich die Situation auf dem Anzeigenmarkt eher schwierig gestalte. Daher sei es laut Wilhelm von immenser Wichtigkeit, verlags- und generationenübergreifend zusammenzuarbeiten und sich auszutauschen. Insgesamt bestehe aber kein Grund, an der Zukunftsfähigkeit der baden-württembergischen Zeitungen zu zweifeln.

Herr Lehari jr. würdigte abschließend Herrn Wilhelm für sein jahrelanges und erfolgreiches Engagement als Vorsitzender des VSZV-Anzeigenausschusses.

Der Vorsitzende des VSZV-Vertriebsausschusses und Verleger der Badischen Zeitung, Wolfgang Poppen, ging in seinem Bericht auf die Entwicklungen der Vertriebserlöse im vergangenen Jahr ein. Nicht hinweg zu diskutieren sei bei Betrachtung des Printvertriebes, dass über alle Zeitungen ein Rückgang von 3,92 % festzustellen sei, bezogen auf die lokalen und regionalen Zeitungen ein Rückgang von 2,52 %. Allerdings sehe er berechnete Chancen, dass die Verlage über den Online-Markt nicht nur die Abo-Rückgänge auffangen, sondern auch die Reichweite erhöhen und dadurch weitere Einnahmen generieren könnten.

Ergänzend zu seiner Analyse der Vertriebsentwicklung stellte er unter Heranziehung einiger Kennzahlen und statistischer Betrachtungen das Produktportfolio seines Hauses (seit Anfang 2013 sog. Metered Model mit 25 Artikeln frei pro Monat) im besonderen Hinblick auf zusätzliche digitale Produkte dar. Aus diesen Erkenntnissen heraus formulierte er die These, dass die Intensität, mit der ein User eine Website nutze, Auskunft über dessen zu erwartende Zahlungsbereitschaft gebe und weiterhin, dass davon auszugehen sei, dass Gelegenheits- und Einmalnutzer nur äußerst geringe Zahlungsbereitschaft aufweisen würden.

Hoherfreut zeigte sich Poppen über die für heute vorgesehene Unterzeichnung der Kooperationsvereinbarung zu Zeitungsschulprojekten. Damit würde das langjährige Engagement der baden-württembergischen Zeitungen zur Schulung der Medienkompetenz bei Kindern und Jugendlichen nun anerkannt, mit einem einheitlichen Qualitätskriterien-Katalog standardisiert sowie von offizieller Seite zu Recht befürwortet und gefördert.

Rainer Wiesner (Südkurier), Vorsitzender des Ausschusses Digitale Medien, skizzierte die Entwicklungen der Digitalisierung im Medienbereich auch im Hinblick auf die Einflüsse der sog. Global Big Player wie Google, Facebook, YouTube und Amazon. Unter Berücksichtigung des Tätigkeitsfeldes der Regionalverlage arbeitete er strategische Ziele heraus, auf die sich ein mittelständisches Verlagsunternehmen konzentrieren könne. Vor dem Hintergrund der wachsenden Bedeutung der Internetnutzung durch Handheld-Geräte gelte es, die Marke des jeweiligen Zeitungshauses auf alle Endgeräte zu transferieren. Festzustellen sei, dass die regionalen Abo-Tageszeitungen ihre Reichweiten durch das Wachstum der digitalen Kanäle stabilisieren konnten. Die Gesamtreichweite der Zeitungen sei mit den digitalen Angeboten gewachsen. Es werde in Zukunft einerseits darum gehen, die mobile Werbevermarktung zu befeuern und den Kunden zusätzliche Werbeleistungen anbieten zu können und andererseits, über die Etablierung von Bezahlmodellen den Gedanken des „Paid Content“ durchzusetzen.

Was die Ausschussarbeit des letzten Jahres anging habe man zu spüren bekommen, wie schwierig es ist, innerhalb eines solchen Gremiums übergreifend zu konkreten, für alle Verlage umsetzbaren Ergebnissen zu kommen. Zu begrüßen sei die offene Diskussion von Problemfeldern und Entwicklungen im „geschützten Raum“, dies sei durchaus von Vorteil. Für die Zukunft strebe er an, die Anzahl der Frontalpräsentationen stärker zurückzufahren und mehr Energie in den konkreten Erfahrungsaustausch und die Erarbeitung von Lösungen in Arbeitsgruppen zu investieren.

VSZV-Geschäftsführer Stephan Bourauel erläuterte die Jahresrechnung des Verbandes 2012. 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 2012.

Nach Erläuterung des Etat-Voranschlages für 2013 entschied die Mitgliederversammlung auf Empfehlung des Vorstandes, den Etat-Voranschlag für das Jahr 2013 zu genehmigen. Nach einem Beschluss der VSZV-Mitgliederversammlung vom 23. April 2012 solle das VSZV-Beitragsvolumen dem Beispiel des BDZV folgend für die Zukunft bis auf weiteres auf dem Niveau des Jahres 2012 festgeschrieben und zu diesem Zweck der Auflagenbeitrag für das jeweilige Haushaltsjahr entsprechend festgelegt werden.

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

In schriftlicher Abstimmung wurde der amtierende Vorsitzende, Valdo Lehari jr., Verleger des Reutlinger General-Anzeiger, einstimmig, ohne Gegenstimmen, bei Enthaltung des Betroffenen, wiederum zum Vorsitzenden gewählt.

Das langjährige Vorstandsmitglied Klaus Jetter, Verleger und Geschäftsführer des Zollern-Alb-Kurier, Balingen, hatte bekannt gegeben, dass er sich aus dem Vorstand des Verbandes zurückziehen werde und somit für eine Wiederwahl nicht zur Verfügung stehe. Von Seiten des Vorstandes wurde vorgeschlagen, Ullrich Villingen, Verleger und Geschäftsführer des Zeitungsverlages Waiblingen, in den Vorstand zu berufen.

Gewählt wurden:

Dr. Christine Bechtle-Kobarg, Esslingen	Wiederwahl
Thomas Brackvogel, Ulm	Wiederwahl
Tilman Distelbarth, Heilbronn	Wiederwahl
Dr. Björn Jansen, Mannheim	Wiederwahl
Wolfgang Poppen, Freiburg	Wiederwahl
Dr. Kurt Sabathil, Ravensburg	Wiederwahl
Rainer Wiesner, Konstanz	Wiederwahl

Neu in den Vorstand gewählt wurde:

Ullrich Villingen, Waiblingen	Neu gewählt
-------------------------------	-------------

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

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

Ebenfalls erfolgte turnusgemäß die Wahl der Ausschuss-Vorsitzenden: Zum Vorsitzenden des Anzeigenausschusses wurde Dr. Kurt Sabathil, Schwäbische Zeitung, gewählt. Zum Vorsitzenden des Vertriebsausschusses wurde wiederum bestimmt Wolfgang Poppen, Verleger der Badischen Zeitung. Bestätigt in seinem Amt als Vorsitzender des VSZV-Ausschusses Digitale Medien wurde Rainer Wiesner, Geschäftsführer des Südkurier. Dr. Björn Jansen, Geschäftsführer des Mannheimer Morgen, steht weiterhin dem Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik vor.

Dr. Björn Jansen, Geschäftsführer des Mannheimer Morgen und Vorsitzender des VSZV-Arbeitskreises Recht und Sozialpolitik, ging anlässlich der anstehenden Tarifrunde auf Fragen der Tarifpolitik ein. Noch vor dem Beginn der Tarifrunde lotete man derzeit mit den Tarifpartnern in Sondierungsgesprächen die Bereitschaft aus, notwendige Reformen der Tarifverträge einzuleiten, um den geänderten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in der Branche Rechnung tragen zu können.

Man wolle in der diesjährigen Tarifrunde den Gewerkschaften ein Tarifmodell vorschlagen, das die unterschiedliche Kaufkraft in den einzelnen Regionen berücksichtige, was für die Frage, ob eine zu vereinbarende Tarifierhöhung vollumfänglich wirksam werde, von Bedeutung werden solle. Man wolle nach volkswirtschaftlichen Maßstäben die Bundesländer und Regionen nach ihrer Kaufkraft bewerten, dort wo die Kaufkraft über dem definierten Index 100 liege, wirkten sich Tarifierhöhungen aus, in Regionen mit einem Indexwert unter 100 würden Tarifierhöhungen abgestuft, bis der Wert 100 erreicht werde. Damit hoffe man, die schwierige Verhandlungssituation durch das Nord-Südgefälle innerhalb der BDZV-Mitgliedsverbände zu entschärfen und somit eine Möglichkeit zu schaffen, den Flächentarifvertrag auch in Zukunft zu erhalten.

Darüber hinaus wolle man mit den Gewerkschaften diskutieren, ob das „System Jahresleistung“ nicht durch ein stärker erfolgsbezogenes Modell ersetzt werden könne. Ebenfalls sei die Frage der Urlaubsstaffeln in die Diskussion einzubeziehen und eine an „Leistungsmerkmalen“ und nicht an „Zeitmerkmalen“ orientierte Gehaltsstruktur im GTV zu fordern.

Im Übrigen sollte das Gesamttarifwerk in verschiedenen Detailfragen neueren rechtlichen Entwicklungen angepasst werden. Auch im Bereich des Altersversorgungs-TV für die Redakteure strebe man Änderungen an, so die Übernahme des durch den VDZ bereits mit den Gewerkschaften vereinbarten Modells der sog. nachgelagerten Besteuerung. Ebenfalls werde im Zuge der Verhandlungen die Diskussion um die Einbeziehung der Online-Redakteure in den Bereich des MTV und GTV geführt werden.

In der sich anschließenden Diskussion über die Verhandlungsstrategie zeigte sich seitens der Mitglieder eine breite Unterstützung für die genannten Verhandlungslinien.

Als zuständiges Mitglied des Vorstandes für die Berufsbildung erläuterte Dr. Christine Bechtle-Kobarg die traditionsreiche Fortbildungsarbeit des VSZV, die im Bereich der journalistischen Berufsbildung gemeinsam mit dem baden-württembergischen Landesverband des Deutschen Journalistenverbands (DJV) durchgeführt und ständig verbessert werde. Anhand historischen Bildmaterials ließ sie die Entstehungsgeschichte der JBB Revue passieren. Ebenfalls ging sie auf das weitere Fortbildungsangebot des VSZV ein. Für kaufmännische Verlagsmitarbeiter überarbeite der VSZV fortlaufend sein Angebot und baue es weiter aus.

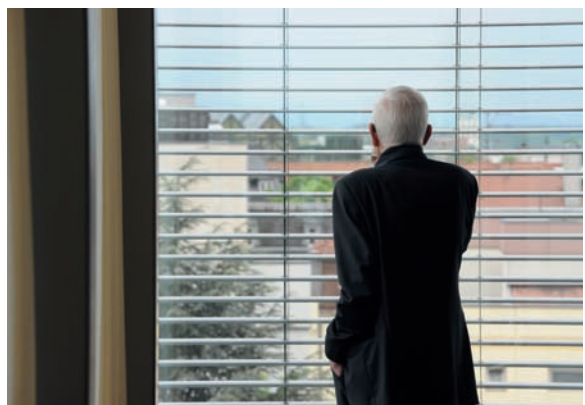
Nach der öffentlichen Vortragsveranstaltung wurde die Mitgliederversammlung am späten Nachmittag fortgesetzt. Die Mitglieder diskutierten über die vom BDZV geplante und im November letzten Jahres auf der außerordentlichen Mitgliederversammlung des VSZV vorgestellte Zeitungskampagne. Nachdem sich auf Bundesebene durch die Voten einzelner Verlage aus NRW, Schleswig-Holstein und Bayern Kritik an den Kosten und der Art der Durchführung ergeben hatte, habe die Durchführung nicht die erforderliche Mehrheit gefunden.

Angeregt wurde zu prüfen, ob eine Kampagne nicht stärker an den Bedürfnissen der regionalen Abozeitungen ausgerichtet werden soll. Auch wurde erörtert, ob gegebenenfalls auf Landesebene eine Kampagne initiiert werden sollte. Im Ergebnis sprachen sich die Mitglieder grundsätzlich für die Durchführung einer bundesweiten Kampagne aus.

Vortragsveranstaltung am Nachmittag

Der VSZV-Vorsitzende Valdo Lehari jr. umriss die Schwerpunkte der Verbandsarbeit auf Landes-, Bundes- und europäischer Ebene. Er warnte davor, dass sich die Zeitungsbranche selber schlecht rede. Die Schicksale der Financial Times Deutschland und der Frankfurter Rundschau seien nicht vergleichbar mit der Lage der Regionalzeitungen in Deutschland. Die regionalen Zeitungen seien deutlich stabiler, auch wenn die Branche insgesamt ein schwieriges Jahr hinter sich habe. So hätten die Zeitungen ihre Gesamtreichweite mit ihren gedruckten Ausgaben und ihren Online-Auftritten noch einmal gesteigert, bundesweit erreiche man 67,3 % der Bevölkerung, in Baden-Württemberg sogar 72,5 %.

Festzustellen sei, dass die Themen Datenschutz und Verletzung von Persönlichkeitsrechten sowie die vielfältigen Fragen zu Kartell- und Urheberrecht inzwischen in der Gesellschaft angekommen seien. Ausgelöst durch die Geschäftspraktiken von Facebook, Google und Apple finde zunehmend auch eine Diskussion über die Kehrseite des Digitalisierungsprozesses statt. Er verwies insofern auf die jüngst ergangenen Urteile des BGH gegen Google zugunsten der Persönlichkeitsrechte betroffener Personen, die Urteile gegen einzelne von Apple verwendete Datenschutzklauseln sowie die Ergebnisse der Untersuchungen der EU-Kommission im Wettbewerbsverfahren zur Prüfung kartellrechtlich relevanter Verhaltensweisen durch den Suchmaschinenanbieter Google. Er begrüßte die Etablierung des urheberrechtlichen Leistungsschutzrechts, mit dem ein weiterer Baustein zugunsten des Schutzes kreativer Leistung des geistigen Eigentums nun Gesetz geworden sei. Damit sei ein Beitrag gegen die Gratismentalität und Unkultur des Kostenlosen und eine Anerkennung der Funktion der freien Presse im digitalen Zeitalter geleistet. Auch begrüßte er, dass die Vorhaben der Pro7Sat1 Media Gruppe, was deren Pläne zur Regionalisierung von TV-Werbung in nationalen Programmen angehe, von Seiten der Landesregierungen und Landesmedienanstalten auf rundfunkrechtlicher Grundlage kritisch geprüft worden seien und das Vorhaben bisher insbesondere in Baden-Württemberg nicht zugelassen worden sei. Das Projekt zeitige erhebliche negative Auswirkungen auf mittelständische Presseunternehmen. Was die Überarbeitung der kartellrechtlichen Regeln zur Pressefusion anging mahnte er an, diese zügig zum Abschluss zu bringen. Diese dürften nicht daran scheitern, dass andere im Kontext mit dem Kartellrecht stehende Regelungsstatbestände den Fortgang der Novellierung hinderten. Ebenfalls äußerte er sich zur aktuellen Mindestlohndebatte und verwies auf den eindeutigen Zu-



VSZV-Jahrestagung 2013 in Ravensburg



VSZV-Jahrestagung 2013 in Ravensburg

verdienst-Charakter der Zustellungsleistung, der eine differenzierende Lösung für die Branche erfordere.

Insgesamt sehen die Verlage ihre Rolle durch die aktuellen medienpolitischen Debatten gestärkt. Sie würden ihre Aufgaben weiterhin durch einen verantwortungsvollen Journalismus, ein ethisch-moralisches publizistisches Wirken und die Integrations- und Orientierungsfunktion für die Leserschaft, die einer Lawine von Information und Desinformation ausgeliefert sei, erfüllen. Unverändert sei die Zeitung das glaubwürdigste Medium geblieben und nach wie vor auch der glaubwürdigste Werbeträger, hier liege man mit der Gattung TV an der Spitze. Erfreulicherweise finde sich das Leistungspotential zum Beispiel auch durch die aktuelle JIM-Studie bestätigt, welche belege, dass 58 % der 18- und 19-Jährigen regelmäßig eine gedruckte Zeitung lese und jeder zweite Jugendliche bei widersprüchlicher Berichterstattung auf die Zeitung vertrauen würde.

Auch ging er auf das Thema Pressefreiheit ein und schilderte ausführlich den Sachstand von der internationalen bis zur nationalen Ebene. Was den Quellen- und Informantenschutz angehe, wolle die staatliche Seite nicht selten Lücken im eigenen System erforschen und es würden unverhältnismäßige Mittel ohne Respekt für die Pressefreiheit angewandt.

Der Oberbürgermeister der Stadt Ravensburg, Daniel Rapp, brachte es anschließend in seinem kurzen Grußwort auf den Punkt: „Wir sind angewiesen auf die Presse. Gute Politik beginnt mit der Wahrnehmung der Realität. Eine Demokratie kann nur funktionieren mit guten Zeitungen.“

Staatsministerin Silke Krebs (Grüne) bekannte sich in ihrem Festvortrag dazu, auch das Urheberrecht im digitalen Zeitalter weiterzuentwickeln: „Wir müssen ein Urheberrecht finden, das internetkompatibel ist.“ Im Gegensatz zu Teilen der Netzgemeinde sei sie der Meinung, „dass das Urheberrecht eben kein Eingriff in die Freiheit des Netzes ist“. Die Landesregierung wünsche sich eine vielfältige und differenzierte Medienlandschaft. Sie unterstütze grundsätzlich das Bestreben der Zeitungsverlage nach einer Reform der kartellrechtlichen Regelungen für Pressefusionen: „Fusionen von Zeitungshäusern müssten so gestaltet werden, dass nicht den kleinen Zeitungen die Existenzgrundlage genommen wird“. Gleichzeitig sprach sie sich für den Erhalt des Pressegrosso aus. Zum Projekt der Pro7Sat1 Medien-Gruppe, Fernsehwerbung nationaler TV-Anbieter in Kabelnetzen zu regionalisieren, vertrete sie die Auffassung, dass es grundsätzlich keine regionalisierte Werbung ohne Bindung an regionale Inhalte geben solle.

Sehr zufrieden zeigte sie sich mit dem nun vollzogenen Abschluss der Kooperationsvereinbarung zur Förderung von Medienkompetenz zwischen VSZV und dem Land Baden-Württemberg. Viele Projekte, die Schülerinnen und Schüler an das Medium Zeitung heranführen wollen, werden damit künftig unter dem Dach der Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg durchgeführt. „Mit dieser Kooperation hat die Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg starke Partner gefunden und kann sich noch breiter und effizienter aufstellen“, erklärte Ministerin Krebs. Valdo Lehari jr.: „Wir freuen uns, dass wir mit der Einbindung der Zeitungsverlage und deren jahrzehntelanger Erfahrung in der Vermittlung von Medien- und Lesekompetenz in zahlreichen Projekten zur weiteren Stärkung der Initiative Kindermedienland beitragen können.“ Beide betonten: „Wir ergänzen uns hervorragend in unserer gemeinsamen Zielsetzung, die Medienkompetenz von Schülerinnen und Schülern in ihrer gesamten Bandbreite zu fördern.“

Abendveranstaltung

Auf Einladung der Schwäbischen Zeitung fand die 60. Jahrestagung mit einem festlichen Abendessen und einem abwechslungsreichen Showprogramm im neuen Verlagsgebäude



VSZV-Jahrestagung 2013 in Ravensburg

von Schwäbisch Media ihren Ausklang. Dr. Kurt Sabathil begrüßte die Gäste und ließ die Geschichte des Verlages von den Anfängen bis zum heutigen Tage in einem kurzweiligen Vortrag Revue passieren. Durch das Abendprogramm führte die Schweizer Comedian Uli Baumann, für musikalische Untermalung sorgte Sigi's Band mit sanfter Jazz- und Latin-Musik. Ein weiterer Höhepunkt war die Dance-Performance des Züricher Trios Dreiklang.

3. Vorstand

Der VSZV-Vorstand traf am 6. März 2013 zu einer Vorstandssitzung zusammen.

Am 29. April 2013 sowie am 31. Oktober 2013 wurden Telefonkonferenzen abgehalten.

In der ersten Vorstandssitzung des Jahres 2013 diskutierte der Vorstand in Vorbereitung der kommenden Mitgliederversammlung in Ravensburg neben den allgemeinen Verbandsregulierungen (Wahlen, Benennungen) die Etat-Abrechnung für das Jahr 2012 sowie einen Beschlussvorschlag für den Jahresetat 2013.

Weiterhin wurde über folgende Themen diskutiert:

- Projekt „Zeitungscampaigning“
- Tarifpolitik
- Gemeinsame Vergütungsregeln Foto
- Mindestlohn
- Medienpolitik
 - Pressefusionskontrolle
 - Tagesschau-App
 - Google
 - Leistungsschutzrecht
- Single Euro Payments Area (SEPA)

Gegenstand der Telefonkonferenz am 29. April 2013 war nochmals die Vorbereitung der Jahrestagung bzw. der Mitgliederversammlung:

- Finanzen
- Wahlen und Benennungen
- Kindermedienland
- Zeitungscampaigning

Darüber hinaus befasste man sich intensiv mit der Vorbereitung der anstehenden Tarifverhandlungen für Redakteure.

Am 31. Oktober 2013 waren folgende Themen Gegenstand der Telefonkonferenz:

- Tarifverhandlungen Redakteure
- Kooperationen mit dem SWR
- VG Wort
- Jahrestagung 2014

4. Landespresseball 2013

Am 15. November 2013 fand in der Stuttgarter Liederhalle der 54. 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. Einen der musikalischen Höhepunkte des Abends bildete der Auftritt der aus Bietigheim-Bissingen stammenden Band Pur mit ihrem Frontman Hartmut Engler.

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 2013 war ein BMW 4er Coupé, gespendet von der BMW Niederlassung Stuttgart.

Organisiert und durchgeführt wurde der Landespresseball vom Sozialfonds der Landespresse Baden-Württemberg e.V. Dessen 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 55. Landespresseball findet am 14. November 2014 in der Stuttgarter Liederhalle statt.

5. TV Komm. am 26. Februar 2013 in Karlsruhe

Wie in den Jahren zuvor waren der VSZV und sein Schwesterverband VPRA als Medienpartner an der Bewegtbildmesse „TV Komm.“ am 26. Februar 2013 in Karlsruhe beteiligt.

„Digitale Transformation“ bildete das Schwerpunkt-Thema der TV Komm. im Jahre 2013, die unter der Schirmherrschaft der baden-württembergischen Medienministerin Silke Krebs stand und mittlerweile zum sechsten Mal veranstaltet wurde. In 15 Best-Practice-Workshops präsentierten dazu Top-Experten von öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern, von Medienhäusern und Plattformbetreibern ihre Erfolgskonzepte. Dazu zeigten Vertriebs- und Marketing-Profis ihre Best Cases und vermittelten hierbei, wie Bewegtbild auf allen Ausspielwegen optimal platziert werden kann. In Workshops wurde Themen aufgearbeitet wie „Social TV für den Second Screen“, welche Maßnahmen die Sender zur Eroberung der Lebenswelt ihrer Zuschauer treffen können, das Thema „Games als Wachstumsmotor für TV-Konzerne“, sowie die Themen „Bewegtbildwerbung“ und „mobile Advertising“. Blickpunkt waren aber auch neue Potentiale für Regional TV. Dazu wurde anhand von Beispielen sog. hybrider Plattformen gezeigt, wie diese zum Motor für attraktive Geschäftsmodelle werden können.

III. Recht und Sozialpolitik

1. Tarifverhandlungen Redakteure

Nachdem in den Monaten März, April und Mai des Berichtsjahrs zunächst drei Sondierungsgespräche zwischen Vertretern der Verlegerseite, zu denen auch der VSZV-Geschäftsführer, Herr Stephan Bourauel, gehörte, und Gewerkschaftsvertretern geführt wurden, kündigten der DJV und die dju in ver.di den Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche freie Journalisten an Tageszeitungen, den sogenannten 12a Tarifvertrag, zum 31. Juli 2013. Der Sozialpolitische Ausschuss des BDZV einigte sich auf seiner Sitzung am 3. Juni 2013 darauf, den Manteltarifvertrag (MTV) für Redakteurinnen und Redakteure ebenfalls fristgerecht zum 31. Dezember 2013 zu kündigen. Wie zu erwarten, kündigten daraufhin die beiden Gewerkschaften DJV und dju in ver.di auch den Gehaltstarifvertrag (GTV) für Redakteurinnen und Redakteure fristgerecht zum 31. Juli 2013.

Die Auftaktveranstaltung zur Verhandlung über die Tarifverträge der Redakteure fand am 19. Juli 2013 in Frankfurt statt. Der VSZV war bei den Gesprächen durch den geschäftsführenden Gesellschafter des Mannheimer Morgen, Dr. Björn Jansen, den Leiter des Konzernbereichs Personal der SWMH, Ulrich Bensel, sowie VSZV-Geschäftsführer Stephan Bourauel vertreten.

Die Gewerkschaften forderten hierbei eine lineare Gehaltserhöhung von 5,5 % (dju) bzw. 6,0 % (DJV), die Einbeziehung der Onlineredakteure sowie einen Ausbau der Fort- und Weiterbildung. Die Verlegerseite forderte von Anfang an unter dem Motto „Tarifwerk Zukunft“ einen grundlegenden Umbau der bestehenden Tarifwerke bei Erhalt des Flächentarifvertrages als primäres Ziel, da nur durch eine Modernisierung der Tarifwerke den Realitäten und Entwicklungen der Branche entsprochen werden kann und zukünftige Entwicklungen gestaltet werden können. Die Zeitungsverleger strebten eine Paketlösung an, betonte der BDZV-Verhandlungsführer Georg Wallraff. Grundlegende Bedeutung hat aus Verlegersicht vor allem die Berücksichtigung von regionalen Unterschieden bei der Tarifgestaltung. Neben diesem grundlegenden Umbau der Tarifverträge forderte die Verlegerseite zudem Kostenentlastungen, um die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Zeitungen zu gewährleisten. Eine Annäherung der Verhandlungspositionen fand auch in der zweiten Verhandlungsrunde am 23. August 2013, auf welcher die Verlegerseite einen Vorschlag zur Regionalisierung vorlegte, nicht statt. Auch in den weiteren vier Verhandlungsrunden im Berichtsjahr konnte keine Einigung erzielt werden.

Die Tarifverhandlungen wurden erneut von vor allem in Baden-Württemberg umfangreichen Streikmaßnahmen, zu denen die Gewerkschaften aufgerufen hatten, begleitet.

Im Jahr 2014 wurden die Tarifverhandlungen in zwei Verhandlungsrunden am 5. Februar 2014 und am 8. März 2014 fortgesetzt. Dabei konnten in der Verhandlungsrunde am 8. März 2014 erstmals ernsthafte Fortschritte erzielt und Missverständnisse ausgeräumt werden. BDZV, DJV und ver.di signalisierten ihre Bereitschaft zu Kompromissen, um einen Tarifabschluss zu erreichen. Eine Fortsetzung der Tarifverhandlungen ist für 26. März 2014 geplant.

2. Gehaltstarifvertrag für Verlagsangestellte

Im November 2013 kündigte ver.di den Gehaltstarifvertrag für die Angestellten der Zeitungsverlage fristgerecht zum 31. Dezember 2013. Für den Neuabschluss forderte ver.di zugleich eine Erhöhung der Gehälter und Ausbildungsvergütungen von 5,5 % für eine Laufzeit von 12 Monaten. Im Berichtsjahr fanden noch keine Verhandlungen über einen Neuabschluss des Gehaltstarifvertrages statt.

3. 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 fortgesetzt werden. Allerdings konnte kein gemeinsamer Konsens zwischen Gewerkschaften und BDZV gefunden werden, daher hatten die Gewerkschaften den BDZV noch im Jahr 2011 zu Schlichtungsverhandlungen aufgefordert. Nachdem sich die Mehrzahl der Mitgliedsverlage des BDZV und des VSZV für eine Verhandlungsführung durch den BDZV ausgesprochen hatte, wurden bereits 2012 insgesamt fünf Schlichtungstermine unter Leitung des Vorsitzenden der Schlichtungsstelle „Fotohonorare“, Herrn Prof. Dr. Melichar, abgehalten. Im Berichtsjahr wurden die Schlichtungsverhandlungen fortgesetzt. Am 1. Februar 2013 fand eine weitere Sitzung der Schlichtungsstelle „Fotohonorare“, der auch der Geschäftsführer des VSZV, Herr Stephan Bourauel, angehörte, statt. Hierbei war die Schlichtungsstelle "Fotohonorare" ausschließlich für die Verhandlung über die Honorarhöhe der freien, hauptberuflichen Fotografen zuständig. Die inhaltliche Ausgestaltung des Textes der anzustrebenden Gemeinsamen Vergütungsregeln „Fotohonorare“ (Anwendungsbereich, Rechte-katalog etc.) unterstand nicht der Kompetenz der Verhandlungspartner. Sie war vielmehr mit dem Text der im Jahre 2009 ausgehandelten Vergütungsregeln für Wortbeiträge identisch. Folglich waren redaktionelle Änderungen nicht mehr möglich.

Auf der Sitzung am 1. Februar 2013 einigte man sich auf folgende Werte:

Erstdruckrecht:

	bis 10.000	bis 25.000	bis 50.000	bis 100.000	bis 200.000	über 200.000
mehr als 4 S	€ 27,50	€ 33,50	€ 40,00	€ 55,00	€ 69,50	€ 75,50
kl. als 4 Sp.	€ 26,00	€ 32,00	€ 38,00	€ 52,00	€ 66,00	€ 71,50
kl. als 2 Sp.	€ 22,00	€ 27,00	€ 32,00	€ 44,00	€ 55,50	€ 60,50
kl. als 1 Sp.	€ 19,50	€ 23,50	€ 28,00	€ 38,50	€ 48,50	€ 52,50

Für das in der Praxis wichtigere Zweitdruckrecht wurde ein Abschlag vom Erstdruckrecht von 26 % vereinbart.

Zweitdruckrecht:

	bis 10.000	bis 25.000	bis 50.000	bis 100.000	bis 200.000	über 200.000
mehr als 4 S	€ 20,50	€ 25,00	€ 30,00	€ 41,00	€ 51,50	€ 56,00
kl. als 4 Sp.	€ 19,50	€ 24,00	€ 28,50	€ 38,50	€ 49,00	€ 53,00
kl. als 2 Sp.	€ 16,50	€ 20,00	€ 24,00	€ 33,00	€ 41,50	€ 45,00
kl. als 1 Sp.	€ 14,50	€ 17,50	€ 21,00	€ 28,50	€ 36,00	€ 39,00

Nachdem der BDZV die ihn bevollmächtigenden Verlage über das Ergebnis der Schlichtungsverhandlungen informiert hatte und nur wenige Verlage dem Einigungsvorschlag widersprachen, trat die Regelung zum 1. Mai 2013 in Kraft. Damit gelang es, die jahrelangen Verhandlungen im Berichtsjahr zu einem Abschluss zu bringen.

4. Freie Mitarbeiter

Mit Rechtsfragen zur Vertragsgestaltung mit freien Mitarbeitern wurde der Verband wie in den Vorjahren immer häufiger befasst. Dabei ging es neben der Frage der hauptberuflichen Ausübung der journalistischen Tätigkeit freier Mitarbeiter um Einzelfragen zur Anwendung der sog. Vergütungsregeln Text und Bild, siehe oben. So ist vielfach der Nutzungsumfang

streitig und die Frage, ob von den ausgewiesenen Tabellenwerten bei geringerem Nutzungsumfang (Gesamtauflage/Teilaufgabe, Einräumung von einfachem oder ausschließlichem Nutzungsrecht) ggf. Abschläge von den Tabellenwerten gerechtfertigt sind.

Mit dieser Thematik befassen sich bedauerlicherweise zunehmend auch die Zivilgerichte. Gestritten wird um die Frage der angemessenen Vergütung, im konkreten Fall um die Höhe von Nachvergütungsansprüchen, § 32 UrhG sowie den Anwendungsbereich der gemeinsamen Vergütungsregeln. Die ersten Entscheidungen im Jahre 2013 ergingen vor dem Landgericht Köln (Urteil vom 17. Juli 2013, Az 28 O 695/11 und Urteil vom 17. Juli 2013, 28 O 1129/11). Gegen beide Entscheidungen wurde wiederum Berufung vor dem OLG Köln eingelegt.

Gegen die mittlerweile ergangene Entscheidung des OLG Köln vom 17. Januar 2014 in dieser Angelegenheit (Az 6 U 145/13) hat der DJV das Revisionsverfahren angestrengt.

In Baden-Württemberg erging in einem ähnlichen Fall vor dem Landgericht Mannheim eine erste, nicht rechtskräftig gewordene Entscheidung (Urteil vom 2. August 2013, Az 7 O 308/12). Auch in diesem Verfahren wurde um die Höhe eines Nachvergütungsanspruchs für die an einen freien Journalisten gezahlten Text- und Bildhonorare gestritten. Wiederum standen neben den Fragen der Rückwirkung der Vergütungsregeln auf Zeiträume vor deren Inkrafttreten Fragen der Anwendung der tabellarisch festgelegten Vergütungen bei nicht voller Inanspruchnahme des Nutzungsrechtskatalogs auf dem Prüfstand.

5. Diskussion über flächendeckenden Mindestlohn

Nachdem alle Gesetzesentwürfe zur Einführung eines gesetzlichen Mindestlohns zuvor gescheitert waren oder, wie im Fall des Gesetzesantrags über eine Festsetzung eines Mindestlohns des Landes Thüringen, ruhend gestellt wurden, nahm die Diskussion über die Einführung eines flächendeckenden Mindestlohns im Zusammenhang mit den Bundestagswahlen wieder an Fahrt auf. Im Rahmen der Bundestagswahlen im September 2013 wurde das Thema Mindestlohn von allen großen Parteien aufgegriffen und war so omnipräsent in der Berichterstattung.

Im Koalitionsvertrag zwischen CDU und SPD findet die Thematik der Einführung eines Mindestlohns wie zu erwarten auch Berücksichtigung. Im Rahmen der Koalitionsverhandlungen und darüber hinaus haben sich BDZV, VSZV und deren Mitglieder intensiv an der Debatte rund um das Thema Mindestlohn beteiligt und auf die Notwendigkeit der Ausnahme von Zustellern von einer entsprechenden Mindestlohnregelung hingewiesen. Spitzenpolitiker aller Regierungsfractionen haben öffentlich anerkannt, dass Lösungen für den Bereich des Pressevertriebs gefunden werden müssen. Die vielen Einzelgespräche und Briefe aus den Verlagen haben insoweit Wirkung gezeigt.

Ein entsprechender Gesetzesentwurf zur Einführung eines Mindestlohns wird momentan im Bundesarbeitsministerium erstellt und soll voraussichtlich Anfang April im Bundeskabinett vorgestellt werden. Die Bundesregierung hat das Thema Mindestlohn noch nicht abschließend beraten - insbesondere wird über Möglichkeiten für Ausnahmen weiterhin gestritten. Ob und welche Ausnahmeregelungen es im Bereich Mindestlohn geben wird, steht daher ebenso wenig wie beispielsweise die Frage der Berechnung des Mindestlohns fest. BDZV und VSZV werden diesen Themenkomplex weiterhin intensiv betreuen und die guten Argumente der Branche mit Nachdruck in die Diskussionen einbringen.

6. SEPA-Umstellung

Mit einer bereits am 14. März 2012 verabschiedeten Verordnung beschloss die Europäische Union die verbindliche Einführung eines einheitlichen Zahlungsverkehrsraums (Single Euro Payments Area = SEPA). Die SEPA-Verordnung brachte vor allem für den deutschen Lastschriftverkehr einige wichtige Änderungen mit sich. Die Ablösung von Kontonummer und Bankleitzahl durch IBAN und BIC sind nur die augenfälligsten. Weiter wurde durch die SEPA-Verordnung beispielsweise der Verwendungszweck von 378 Zeichen auf 140 Zeichen gekürzt, eine Vorabinformationspflicht vor Abbuchung und die Notwendigkeit der Einholung von SEPA-Mandaten sowie die Vergabe von Gläubiger-IDs eingeführt.

Zu den Fragen im Bezug auf die Umstellung und die Besonderheiten für Verlage informierte der VSZV seine Mitglieder mit mehreren Rundschreiben. Ferner wurde diese Thematik sowohl innerhalb des Vertriebsausschusses als auch auf der Anzeigen- und Vertriebsleitertagung 2013 aufgearbeitet.

Mit SEPA wurden mittlerweile zum 1. Februar 2014 auch in Deutschland verbindlich neue, europaweit einheitliche Verfahren für den bargeldlosen Zahlungsverkehr (Überweisungen, Lastschriften) eingeführt. Zwischenzeitlich wurde vom Deutschen SEPA-Rat ein Übergangszeitraum beschlossen. Bis zum 1. August 2014 können Banken und Sparkassen nach Absprache mit dem Kunden Zahlungsaufträge im nationalen Altformat noch ausnahmsweise akzeptieren. Die einheitlichen Verfahren nach den SEPA-Regelungen sind für Euro-Zahlungen in den 28 EU-Staaten, Island, Liechtenstein, Norwegen sowie Monaco, der Schweiz und San Marino nutzbar.

IV. Medienpolitik

1. Leistungsschutzrecht für die Zeitungsverlage

Bereits im November 2012 wurde der Gesetzesentwurf zur Etablierung eines Leistungsschutzrechts für Presseverleger erstmals im Bundestag diskutiert und anschließend zur weiteren Beratung den Fachausschüssen übergeben. Nachdem das Gesetz in letzter Minute noch abgeändert wurde, verabschiedete der Bundestag am 1. März 2013 in zweiter und dritter Lesung das Gesetz zur Einführung eines Leistungsschutzrechts für Presseverleger. Der Bundesrat ließ das Gesetz daraufhin am 22. März 2013 passieren. Anschließend wurde das Gesetz im Bundesgesetzblatt veröffentlicht und trat am 1. August 2013 in Kraft. Der VSZV hat den Gesetzgebungsprozess intensiv mit Schreiben und Gesprächen begleitet, in welchen auf die Wichtigkeit eines Leistungsschutzrechts für Presseverleger hingewiesen wurde.

Mit dem Gesetz zum Leistungsschutzrecht unterfällt die Verwertung von Presseinhalten durch Suchmaschinen und anderen Nachrichtenaggregatoren dem Leistungsschutzrecht. Mit dem Gesetz wird eine Rechtslücke geschlossen, durch die die Verlage bisher schlechter gestellt waren als andere Medienunternehmen. Das Gesetz ermöglicht den Verlagen erstmals weitgehend selbst zu entscheiden, unter welchen Bedingungen ihre Inhalte von Suchmaschinen und Aggregatoren zu gewerblichen Zwecken verwertet werden dürfen. Einzelne Wörter und kleinste Textabschnitte bleiben allerdings weiterhin lizenzfrei. Die Rechtswahrnehmung kann grundsätzlich individuell oder durch eine Verwertungsgesellschaft erfolgen. Im Februar 2014 gab das Bundeskartellamt zu diesem Zweck grünes Licht für den Einstieg von zwölf Presseverlegern als Gesellschafter in die VG Media. Zuvor hatte im Dezember 2013 bereits die VG Wort auf einer außerordentlichen Mitgliederversammlung den Beschluss gefasst, das Leistungsschutzrecht des Presseverlegers und den Beteiligungsanspruch des Urhebers wahrzunehmen, wenn dies gewünscht ist.

2. Reform des Pressefusionsrechts / Änderung des GWB

Der Bundestag hatte nach intensiver Diskussion bereits im Oktober 2012 im Rahmen der 8. GWB-Novelle Regelungen zur Pressefusionskontrolle und zum Pressegrosso verabschiedet. Die Regelungen für Presseverlage konnten zu diesem Zeitpunkt jedoch noch nicht abschließend auf den Weg gebracht werden, da aufgrund anderer, nicht pressespezifischer Bereiche der GWB-Novelle vom Bundesrat der Vermittlungsausschuss angerufen wurde. Damit drohte das Gesetz insgesamt zu scheitern. Parallel zur Diskussion im Vermittlungsausschuss hat die SPD über das Land Hamburg am 22. März 2013 einen entsprechenden Antrag in den Bundesrat eingebracht, der den Presse Regelungen der GWB-Novelle vollumfänglich entsprach. Der VSZV wandte sich mit mehreren Schreiben an Herrn Ministerpräsidenten Kretschmann, Herrn Minister Friedrich und Frau Ministerin Krebs mit der Bitte, die Presse Regelungen der GWB-Novelle zu unterstützen. Am 5. Juni 2013 einigte sich der Vermittlungsausschuss auf einen Kompromiss zur GWB-Novelle. Die geplanten Lockerungen der Pressefusionskontrolle und der Schutz des Pressegrossos waren hierbei unstrittig. Dem Ergebnis des Vermittlungsausschusses stimmten der Bundestag am 6. Juni 2013 und der Bundesrat am 7. Juni 2013 zu. Hierauf wurde das „Achte Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)“ am 29. Juni 2013 im Bundesgesetzblatt verkündet. Die Neuregelungen zur Pressefusionskontrolle und zum Pressegrosso traten damit in Kraft.

3. Glücksspielstaatsvertrag

Im Rahmen der Novellierung des Glücksspielstaatsvertrags haben 15 Bundesländer, darunter auch Baden-Württemberg, eine moderate Marktöffnung für Glücksspiel vollzogen. Vor diesem Hintergrund ist am 1. Februar 2013 eine Werberichtlinie der Länder in Kraft getreten, die

Werbung für Glücksspiel in Rundfunk und Telemedien in eingeschränktem Umfang für zulässig erklärt. Der Verabschiedung der Richtlinie ging eine lange Diskussion über die Notwendigkeit einer strikten Beschränkung von Medienwerbung für Glücksspiel voraus. VSZV und BDZV hatten sich in der Debatte um die Ausgestaltung der Werberichtlinie für liberale Regelungen eingesetzt, um der Kanalisierungsfunktion der Werbung hin zu legalen Angeboten sowie der Werbe- und Pressefreiheit ausreichend Rechnung zu tragen.

Über die Kommunikationswege Rundfunk und Telemedien können fortan Lotterien, Sport- und Pferdewetten beworben werden, sofern die neu errichtete Aufsichtsbehörde, die Bezirksregierung Düsseldorf, dies für zulässig erklärt. Die Zulassung in eingeschränktem Umfang mit Erlaubnispflicht stellt einen Kompromiss der Politik dar, einerseits den Spieltrieb in der Bevölkerung in geordnete Bahnen zu lenken und andererseits die Suchtbekämpfung voranzutreiben. Da der Staatsvertrag das staatliche Monopol für bestimmte Formen des Glücksspiels aufhebt, wird sich die Zahl potenzieller Werbetreibender im Markt erhöhen. Die Praktikabilität der Werberichtlinie und damit eine mögliche Belebung des Werbegeschäfts für Medien bleibt - vor allem im Hinblick auf das erforderliche behördliche Genehmigungsverfahren für die Werbemaßnahmen - abzuwarten. Zudem bestehen erhebliche verfassungsrechtliche Bedenken gegen die Regelung eines Zulassungsverfahrens durch eine Erlaubnisbehörde. So hat der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) bei der EU-Kommission wegen Nichtbeachtung des Gemeinschaftsrechts im Berichtsjahr eine Beschwerde eingelegt. In seiner Rüge bemängelt der ZAW, dass sich das Zulassungsverfahren über viele Wochen hinziehe, denn dadurch sei aktuelle, an Tagesereignissen orientierte Werbung nicht mehr durchführbar. Darüber hinaus stelle das Erlaubnisverfahren einen Verstoß gegen das grundgesetzlich verankerte Zensurverbot und eine unzulässige Beschränkung der Dienstleistungsfreiheit dar. Eine Entscheidung über die Beschwerde ist voraussichtlich erst nach der Wahl des EU-Parlaments 2014 zu erwarten. Grund für das Aufschieben der Entscheidung ist das „Gesamtpaket“ an Beschwerden, die der Kommission zum deutschen Glücksspielstaatsvertrag vorliegen.

4. Das Kartellverfahren der Verlage gegen Google

Bereits seit dem Jahre 2009 zieht sich das Wettbewerbsverfahren der Verlage gegen den Suchmaschinenanbieter Google hin.

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

Zwischenzeitlich war die EU-Kommission zu dem Ergebnis gekommen, 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.

Anfangs des Jahres 2013 schien es zuerst so, dass sich die EU-Kommission nach mehrmonatigen Konsultationen von der Argumentation der Verlegerverbände habe überzeugen lassen, dass Google seine marktbeherrschende Stellung missbraucht hat. So schlug die EU-Kommission zunächst deutlich härtere Töne an: Es hieß zunächst, Wettbewerbskommissar Joaquín Almunia sei der Überzeugung, dass Google mit der Platzierung der Links zu eigenen Angeboten den Internetverkehr umleite und Google sogar mit Strafen drohe, sollte das Un-

ternehmen nicht bald seine Suchmaschineneinstellungen ändern.

Ende Juni 2013 forderten nochmals hunderte europäischer Zeitungs- und Zeitschriftenverleger und deren Wirtschaftsverbände Wettbewerbskommissar Joaquín Almunia auf, die von Google im April des Berichtsjahres gemachten Verpflichtungszusagen zur Beseitigung des Missbrauchs seiner markbeherrschenden Suchmaschine zurückzuweisen. Die Zeitungsverlegerverbände kritisierten diese als unzureichend und forderten erneut, dass Google alle Dienste, einschließlich seiner eigenen, den genau gleichen Vorgaben unterwirft, dass also alle Seiten nach den selben Algorithmen durchsucht, indexiert, dargestellt werden. Weiterhin dürften Inhalte Dritter nicht ohne vorherige Zustimmung der Berechtigten über dasjenige hinaus genutzt werden, was für die Navigation der allgemeinen Suche unerlässlich sei. Eine faire und diskriminierungsfreie Suche mit gleichen Kriterien für alle Webseiten stelle eine essentielle Voraussetzung für eine erfolgreiche Entwicklung des europäischen Medien- und Technologiesektors dar.

Im Oktober und November des Jahres 2013 unterbreitete Google der EU-Kommission nochmals Vorschläge, um die Folgen eines Kartellverfahrens, eine Geldbuße von 10 % des Jahresumsatzes, abzuwehren. Diese Vorschläge sahen jetzt unter anderem vor, dass bei der Internetsuche darauf hingewiesen werden soll, dass die Suchmaschine bei der Schlagwortsuche eigene Dienste bevorzugt. Allerdings sollten zusätzlich drei konkurrierende Dienste unter den ersten Suchergebnissen angezeigt werden - in einer eigenen Querleiste. Sollten sich diese Angebote zu Geld machen lassen, stünden Google Gebühren für die Anzeige zu. Auch diese Vorschläge stießen auf einhellige Ablehnung unter den Verlegern, die nach wie vor kritisierten, dass auch unter Berücksichtigung dieser Zugeständnisse die Zukunft der digitalen Wirtschaft in Europa gefährdet sei. Nach wie vor gebe Google eigenen Angeboten den Vorrang, es sei keinerlei Bereitschaft des Suchmaschinenbetreibers erkennbar, zu akzeptablen Lösungen für die Nutzung redaktioneller Inhalte zu kommen.

Schien es im November des Berichtsjahres noch so, als würde EU-Wettbewerbskommissar Almunia die neuerlichen Vorschläge Googles zur Lösung des Konfliktes zurückweisen, so zeigte sich Anfang des Jahres 2014 nach nochmaliger geringfügiger Nachbesserung der Verbesserungsvorschläge durch Google, dass EU-Kommissar Almunia nun seine harte Haltung aufzugeben scheint. So war zu vernehmen, dass er diese nochmals gegenüber dem Sachstand Herbst 2013 geringfügig ergänzten Vorschläge Googles nun als ausreichend ansehe. Aus Sicht der Verleger allerdings unterscheiden sich die Vorschläge 2014 nicht substantiell von den im Herbst des Jahres 2013 gemachten: So sollen bei Suchvorgängen drei Mitbewerberangebote neben den Google-Diensten in vergleichbarer Form angezeigt werden. Bei kostenpflichtigen Diensten wählt der Algorithmus, für kostenpflichtige setzt Google einen Auktionsprozess auf.

Es wird nun im Jahre 2014 zu entscheiden sein, auf welche Weise der BDZV das Verfahren weiter betreiben wird. Im Falle der Einstellung des Verfahrens durch die EU-Kommission bleibt letztendlich nur der Weg vor den Europäischen Gerichtshof.

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 darauf-

hin in Baden-Württemberg einen technischen Versuch durchgeführt und bereits im Herbst 2011 Eigenwerbetrailer in den Programmen von Sat 1 und ProSieben durch Werbespots von Kabel BW ersetzt. Technisch ohne Weiteres möglich wäre sogar eine Auseinanderschaltung in bis zu 20 Teilgebiete in Baden-Württemberg.

Die Pläne hätten sowohl die regionalen und lokalen Zeitungen in Deutschland als auch die regionalen und lokalen Hörfunk- bzw. TV-Anbieter existenziell bedroht. VSZV und VPRA haben bereits im Jahre 2012 gegenüber allen medienpolitischen Institutionen deutlich gemacht, 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 entsprechenden Werbeeinnahmen könne den Medienunternehmen existenzwichtige Finanzquellen entziehen und das verfassungsrechtliche „Institut freie Presse“, also den Bestand und die Funktionsfähigkeit der Presse insgesamt, gefährden.

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

Im Herbst 2012 hatten VSZV und VPRA durch den Medienrechtler Rechtsanwalt Dr. Michael Rath-Glawatz ein Gutachten erstellen lassen, in dem die rechtliche Situation der regionalen Auseinanderschaltung von TV-Werbung durch nationale Veranstalter auch unter Berücksichtigung der Bestimmungen des Landesmediengesetzes gewürdigt wurde. 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.
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 erteilen, 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.

Noch Anfang November 2012 hatte die P7S1-Mediengruppe bei der LFK in Baden-Württemberg 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“ bzw. „Markttests“, 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.

Anfang des Jahres 2013 wurde die Diskussion um die Zulässigkeit der Regionalisierung von Werbung nationaler Fernsehanbieter mit unverminderter Härte weitergeführt. Unterstützung erfuhren VSZV und VPRA von Seiten des baden-württembergischen Staatsministeriums. Hatte Staatsministerin Silke Krebs schon im Jahre 2012 auf der Jahresversammlung des VSZV die Pläne der P7S1-Mediengruppe kritisch gewürdigt, so erneuerte sie ihre Kritik auch im Jahre 2013 im öffentlichen Teil der VSZV-Jahresversammlung am 17. Mai 2013 in Ravensburg. Der Verbandsvorsitzende Valdo Lehari jr., der in seiner Festrede ausführlich auf die Gefahren für die lokalen und regionalen Presseunternehmen/Hörfunk- und Fernsehunternehmen in Baden-Württemberg eingegangen war, würdigte die konsequente Haltung des baden-württembergischen Staatsministeriums in dieser Angelegenheit und sprach der Ministerin hierfür den Dank im Namen der Mitgliedsunternehmen aus.

Im September des Berichtsjahres kam es zu einer ersten gerichtlichen Entscheidung in dieser Angelegenheit. So wies das Verwaltungsgericht (VG) Berlin die Klage der ProSiebenSat1 Media AG auf Zulassung regionaler Werbefenster im nationalen Programm ab. Das VG erkannte darauf, dass die ProSiebenSat1 Media AG ihre Werbung nicht auseinanderschalten dürfe, da der Privatsender nur eine Zulassung für ein bundesweites Programm habe. Im Kern folgte das VG Berlin damit den Feststellungen, die im oben zitierten Gutachten von VSZV/VPRA so niedergelegt waren. Allerdings ließ das Verwaltungsgericht die Berufung und auch die Sprungrevision an das Bundesverwaltungsgericht zu. Eine Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichtes ist in dieser Angelegenheit im Berichtsjahr nicht mehr ergangen.

6. Neulizenzierung der Hörfunk-Verbreitungsgebiete ab dem 1. Januar 2016 und Änderungen des Telekommunikationsgesetzes: Komplexe Verknüpfungen der Rechtsmaterien

Zum 31. Dezember 2015 wird die gegenwärtig laufende dritte UKW-Lizenzierungsperiode enden.

Bereits jetzt zeichnet sich ab, dass die anstehende UKW-Neulizenzierung nicht unerheblich mit einem besonders von der Medienpolitik gewünschten Engagement in den digitalen Rundfunk DAB+ verknüpft sein wird. Das stellt die Veranstalter vor erhebliche Herausforderungen.

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 zwingend durch das Engagement in der herkömmlichen UKW-Verbreitungstechnologie 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.

Darüber hinaus hatte auch die im Jahre 2012 abgeschlossene Reform des Telekommunikationsgesetzes (TKG) erhebliche Auswirkungen auf die Art und Weise der Durchführung des Neulizenzierungsverfahrens. Das wiederum wirkte sich auf die Vorbereitung der vierten Lizenzierungsperiode aus, die sich mittlerweile schon einige Jahre hinzieht. So war anfangs ungewiss, ob im neuen TKG noch ein Termin für die Abschaltung des Rundfunkdienstes UKW zum 31. Dezember 2015 enthalten sein sollte. Dieser war festgelegt worden, weil man in der digitalen Verbreitungstechnologie DAB das technische Nachfolgesystem für den in die Jahre gekommenen UKW-Rundfunkdienst sah. Allerdings zeigte sich im Lauf der Zeit, dass die Entwicklung des digitalen Rundfunks nicht in dem Maße voranschritt, wie von der Medienpolitik gewünscht. Die Verbreitung von Hörfunkprogrammen in DAB-Technologie wird noch auf lange Jahre nicht den wirtschaftlich erfolgreichen und technisch ausgereiften UKW-Rundfunk substituieren können.

Das Verfahren um die Vorbereitung der Neulizenzierung gestaltete sich deswegen langwierig und kompliziert: Bereits im Jahre 2011 hat sich der VSZV-Schwesterverband VPRA an die Vertreter der Medienpolitik, das Staatsministerium und die Landesanstalt für Kommunikation (LFK) gewandt und dafür plädiert, die Laufzeiten der UKW-Lizenzen (zum Berichtszeitpunkt bis 31. Dezember 2015) nochmals um eine weitere Lizenzperiode zu verlängern. Dem Wunsch der Veranstalter hat der Gesetzgeber jedoch nicht entsprochen. Zumindest hat das Staatsministerium einen weiteren Vorschlag des VPRA aufgenommen und in einem weiteren Novellierungsschritt im Juli 2013 beschlossen, die im Landesmediengesetz niedergelegte Lizenzierungsdauer eines Veranstalters von 8 Jahren auf künftig 10 Jahre zu verlängern.

Auch einen weiteren Vorschlag des VPRA hat die Landesanstalt für Kommunikation (LFK) aufgegriffen. So hatte der VPRA ebenfalls vorgeschlagen, dass für den Fall, dass einer gesetzlichen Verlängerung der Hörfunk-Lizenzen über eine weitere Lizenzierungsperiode nicht stattgegeben werden sollte, wenigstens das Lizenzierungsverfahren für die vierte UKW-Lizenzierungsperiode (Start 1. Januar 2016) so frühzeitig wie möglich durchgeführt wird, damit die Veranstalter rechtzeitig die notwendigen Dispositionen treffen können.

Diese Notwendigkeit ergab sich allein schon durch die im Sommer des Jahres 2012 in Kraft getretene Novellierung des Telekommunikationsgesetzes (TKG). In jahrelanger intensiver Vorbereitungsarbeit haben die unter dem Dach der Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR) vereinigten Rundfunkverbände, zu denen auch der VSZV-Schwesterverband VPRA gehört, eine Änderung der telekommunikationsrechtlichen Vorschriften erreicht, was die Liberalisierung des Sendernetzbetriebs betrifft.

So können sich nun in künftigen Neulizenzierungsverfahren die privaten Hörfunkveranstalter ihren Sendernetzbetreiber selbst auswählen, was in Zukunft erhebliche Auswirkungen auf die Betriebskosten der Veranstalter haben könnte, da nun erstmalig die monopolartig gewach-

senen Strukturen des Sendernetzbetriebs aufgebrochen werden können. Durch den nun liberalisierten Wettbewerb auf diesem Sektor erhoffen sich die Rundfunkveranstalter langfristig günstigere Konditionen für den Betrieb der benötigten Sendeanlagen.

Aber gerade diese Wahlmöglichkeit kompliziert das Verwaltungsverfahren um ein Weiteres. Schon früher war es vor Ausschreibung von Hörfunkverbreitungsgebieten durch die LFK erforderlich, zu allererst einmal bei der für die Frequenzverwaltung zuständigen Bundesbehörde, der Bundesnetzagentur (BNetzA), den für die Frequenzversorgung der Verbreitungsgebiete benötigten Frequenzbedarf anzumelden (sog. Bedarfsanmeldung). Nach den äußerst komplexen Regeln des Frequenzzuweisungsverfahrens waren bisher hierzu einzelne Frequenzen zur Versorgung eines Gebietes vorgeschlagen worden, deren Verfügbarkeit die BNetzA prüfte und danach zur Versorgung der Verbreitungsräume freigegeben hat. Danach konnte sich ein Netzbetreiber (meist die MEDIA BROADCAST) bei der BNetzA diese Frequenzen zur Gewährleistung der technischen Versorgung telekommunikationsrechtlich zuweisen lassen, um gemeinsam mit dem medienrechtlich lizenzierten Veranstalter die landesmediengesetzlich beabsichtigte Programmversorgung sicherzustellen.

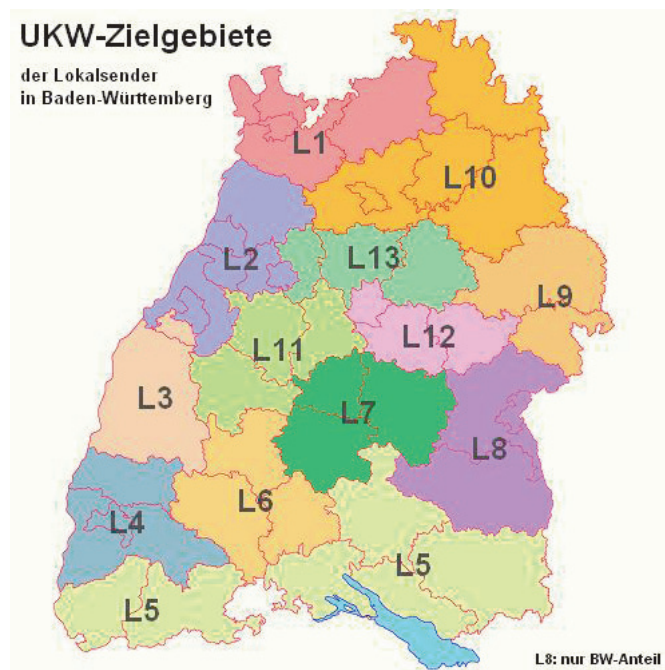
Damit nun die nach Liberalisierung des TKG für die Veranstalter gebotenen Möglichkeiten auch Wirklichkeit werden können, werden im Rahmen der sog. Bedarfsanmeldung nun nur noch Versorgungsräume (Lizenzgebiete) durch ein Polygon (nicht durch Einzelfrequenzen) beschrieben. In diesem definierten Polygon besteht Spielraum des durch den Veranstalter auszuwählenden Netzbetreibers, wie er seinen landesgesetzlich definierten Versorgungsauftrag (best. Zahl von Einwohnern in best. Qualität) erfüllen kann. Netzbetreiber/Veranstalter unterbreiten dann der BNetzA einen Vorschlag, wie die landesmediengesetzlichen Vorgaben zu erfüllen sind und stimmen dies mit der Landesmedienbehörde ab.

Aus diesem Grunde hatten die Hörfunkverbände das Verfahren ab Februar 2013 gemeinsam mit LFK und BNetzA neu abzustimmen. Denn zwingende erste Voraussetzung für eine Neuausschreibung von Verbreitungsgebieten ist die Sicherstellung seiner frequenztechnischen Versorgung.

Kaum dass diese grundsätzlichen Verfahrenszüge einigermaßen geklärt waren, hat sich die LFK schon Mitte März 2013 zum zukünftigen Zuschnitt der zu lizenzierenden Hörfunkverbreitungsgebiete geäußert.

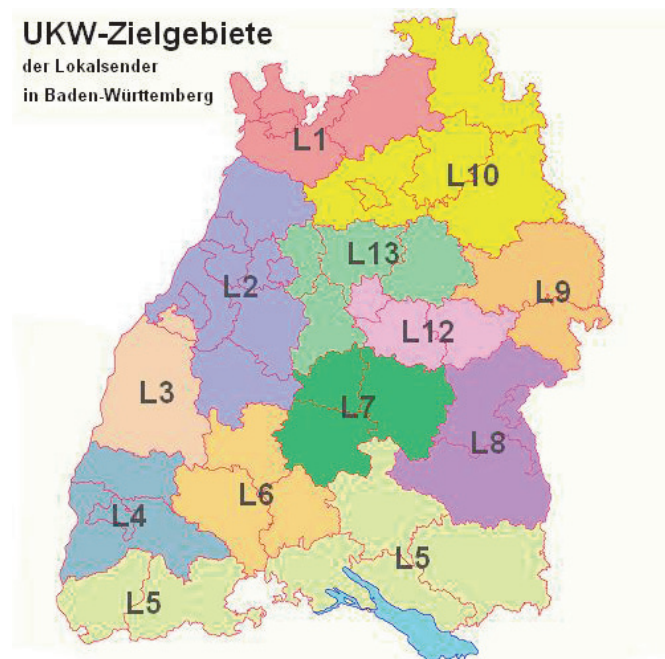
So sollten nach Beschluss des LFK-Vorstandes die bisherigen Verbreitungsgebiete für die privaten regionalen und lokalen Radiosender in Baden-Württemberg auch in Zukunft im Wesentlichen bestehen bleiben. Allerdings sollten zwei Sendegebiete neu zugeschnitten werden. Betroffen ist das bisherige Sendegebiet L11 (Böblingen/Calw/Freudenstadt), das so nicht mehr ausgeschrieben und statt dessen aufgeteilt werden sollte. Nach der vom Vorstand verabschiedeten Konzeption sollte das Teilgebiet Freudenstadt/Calw ab 2016 dem Gebiet L 2 (Karlsruhe) zugeschlagen werden, das Teilgebiet Böblingen sollte L 13 (nördliche Region Stuttgart) komplettieren. Den Verbänden und Veranstaltern wurde Gelegenheit gegeben, zu den Planungen Stellung zu nehmen. Aufgrund der unterschiedlichen Betroffenheit der VPRA-Mitgliedsunternehmen von diesen Planungen hatte sich der VPRA in diesem Falle strikt neutral zu verhalten.

Status quo im Jahre 2013:



UKW-Lokalsendegebiete in Baden-Württemberg im Jahr 2013

Gestaltung ab 1. Januar 2016:



Planungsvariante für die Landkreise Freudenstadt, Calw und Böblingen; Gebiet L11 wird aufgeteilt.

Nachdem die Planungen für die Gestaltung der Verbreitungsgebiete Form angenommen hatten, hatte die LFK dann am 29. Juli 2013 eine entsprechende Bedarfsanmeldung zur versorgungstechnischen Umsetzung der Verbreitungsgebiete bei der BNetzA eingereicht. Allerdings blieb diese von Seiten der Veranstalter nicht unbeanstandet. Der VPRA monierte Be-

denken hinsichtlich der Art und Weise der Abfassung der Bedarfsanmeldung und des Verfahrensablaufs. So war unklar, ob die aus Sicht der Verbände noch sehr stark „standortbezogene Bedarfsanmeldung“ genügend Spielraum lässt, um die nach Telekommunikationsrecht grundsätzlich möglichen alternativen technischen Versorgungskonzepte umzusetzen. Hierzu wurde mit der LFK noch vor der endgültigen UKW-Ausschreibung ein intensiver Schriftwechsel geführt. Am 3. September 2013 hielt man nochmals eine gemeinsame Telefonkonferenz mit der LFK zu Einzelfragen der Bedarfsanmeldung ab. Letztendlich hat die BNetzA der LFK Mitte September 2013 dann signalisiert, dass mit der vorliegenden Planung der von der LFK angemeldete Versorgungsbedarf gedeckt werden könne.

Kurz darauf, am 20. September 2013, hatte die LFK dann die Ausschreibung von analogen terrestrischen Übertragungskapazitäten (KW) für die Verbreitung von privaten lokalen und regionalen Hörfunkprogrammen und eines überregionalen Hörfunkprogrammes vorwiegend für junge Menschen offiziell gestartet. Was den Zuschnitt der Verbreitungsgebiete anging, ergaben sich keine Änderungen mehr zu den bereits am 14. März 2013 durch die LFK bekannt gemachten Planungen. Die bereits im März 2013 angekündigte Aufteilung des Sendegebietes L 11 auf die Sendegebiete L 2 und L 13 blieb bestehen. Mehrfach nahm die Ausschreibung auf die durch das geänderte TKG gegebenen Besonderheiten Bezug. Das Ende der Ausschreibungsfrist war auf den 20. Dezember 2013 festgelegt worden. In einer Pressekonferenz am 30. September 2013 erläuterte LFK-Präsident Langheinrich die Details der Ausschreibung und wies explizit auch darauf hin, dass in den zu erwartenden Auswahlverfahren neben den klassischen Bewertungskriterien „Beitrag des Bewerbers zur Meinungsvielfalt“ sowie „Beitrag des Bewerbers zur Identität der Hörer im Verbreitungsgebiet“ auch der Gesichtspunkt „Maßnahmen des Bewerbers für die digitale Zukunft“ Berücksichtigung finden werde. Das, so lag die Vermutung nahe, bezog sich unmittelbar auf die ebenfalls noch für Herbst 2013 zu erwartende Ausschreibung von drei weiteren Verbreitungskapazitäten für die landesweite Verbreitung von digitalen Hörfunkprogrammen im technischen Standard DAB+. Diese erfolgte dann zum 25. Oktober 2013, siehe hierzu im Einzelnen noch unter Ziff. 7

Vor dem Hintergrund der Ausschreibung haben die Verbände APR/VPRA ihre Mitglieder zu den anstehenden Fragen des Sendernetzbetriebes zu einer Informationsveranstaltung am 30. Oktober 2013 nach Frankfurt eingeladen und über die Sach- und Rechtslage informiert.

Zum Ablauf der Bewerbungsfrist am 20. Dezember 2013 sind auf die ausgeschriebenen UKW-Verbreitungsgebiete insgesamt 29 Bewerbungen eingegangen.

Vor allem für die lokalen Hörfunk-Verbreitungsgebiete gab es großes Interesse, so liegen für das neue Sendegebiet mit den Großräumen Ludwigsburg und Böblingen (L 13) sowie für das Sendegebiet Tübingen und Reutlingen (L 7) jeweils vier Bewerbungen vor. Aber auch für andere Sendegebiete liegen Mehrfachbewerbungen vor: 3 Bewerbungen für das Lokalsendegebiet „Schwarzwald/Baar/Heuberg (L 6)“ und für die Lokalsendegebiete „Mannheim/Heidelberg (L 1)“, „Hochrhein/Bodensee/Oberschwaben (L 5)“, „Ostalbkreis/Heidenheim (L 9)“, „Stuttgart/Esslingen/Göppingen (L 12)“ und das Regionalsendegebiet „Regionalgebiet 2“ jeweils 2 Bewerbungen.

Entscheidungen sind gegenwärtig nicht ergangen. Der weitere Zeitplan sieht nach der Prüfung der Unterlagen durch die LFK bis etwa Ende Juni 2014 die Auswahlentscheidungen des fünfköpfigen Vorstandes und der 36 Medienräte der Landesanstalt für Kommunikation vor.

7. Digitaler Rundfunk DAB +

Neben 13 bundesweit empfangbaren DAB+-Radioprogrammen waren seit 24. Mai 2012 in Baden-Württemberg auf einem gemeinsam mit dem SWR betriebenen landesweiten Layer sechs Programme des Südwestrundfunks (SWR) und drei private Hörfunkprogramme emp-

fangbar, die im Herbst des Jahres 2012 durch ein weiteres privates Angebot ergänzt wurden.

Damit waren im Jahre 2013 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 die digitalen Angebote mit einem entsprechenden DAB+-Empfänger hören. Versorgungslücken bestehen vor allem noch im Schwarzwald, auf der Schwäbischen Alb und in der Bodenseeregion.

Wie sich im Laufe des Jahres 2013 ergeben hat, will der SWR nun nicht, wie ursprünglich geplant, schon im Jahre 2014 seine Programme vollständig auf einen eigenen Multiplex in den Blöcken 8B/9B verlegen, sondern die gemeinsame Nutzung bis Ende 2017 fortsetzen.

Damit wollte er ursprünglich ab Dezember 2014 nur noch die Hälfte der auf Block 11B verfügbaren Kapazität in Anspruch nehmen, was eine weitere Ausschreibung möglich machte. Der SWR hatte bislang 75 % der auf Block 11B verfügbaren Kapazität genutzt.

Am 25. Oktober 2013 hatte die LFK zuerst eine weitere Ausschreibung für drei weitere DAB+-Hörfunkprogramme ab Dezember 2014 initiiert. Die Ausschreibungsfrist sollte ursprünglich am 31. Januar 2014 enden.

Allerdings hat die LFK in der Ausschreibung nicht dem Wunsch der Veranstalter entsprochen, den sog. Simulcast-Betrieb (Parallelausstrahlung des UKW-Programms auch in DAB+) ohne Weiteres zuzulassen. Explizit hat sie den Vorrang für sog. neue Angebotsformen in die Ausschreibung aufgenommen. Aus Sicht der meisten Veranstalter wäre die bedingungslose Ermöglichung des sog. Simulcastbetriebes durchaus förderlich, um dem neuen Verbreitungsmedium zum Durchbruch zu verhelfen, da der Radiohörer erwarte, in dem neuen technischen Verbreitungsmedium auch seine „gewohnten“ Programme aufzufinden. Zumal es auch nicht nachvollziehbar ist, warum private Veranstalter, die auf dem neuen Medium mit ihren bekannten und eingeführten Hörfunkmarken nicht vertreten sind, nach dem Willen der Medienpolitik eine Verbreitungstechnologie bewerben sollen, auf der sie selbst mit ihren eingeführten Hörfunkmarken/-programmen nicht empfangbar sind. Der SWR ist im Gegensatz zu den privaten Hörfunkveranstaltern mit allen seinen Hörfunkmarken/-programmen auch Simulcast in DAB+ vertreten.

Ungeklärt blieb weiterhin die Frage, in welchem Umfang die Hörfunkveranstalter künftig an einem sog. „Marketingkostenzuschuss“ der LFK partizipieren können, mit dem diejenigen UKW-Veranstalter, die ein zusätzliches DAB-Programm „on air“ haben, den DAB-Netzbetrieb mittelbar finanzieren.

Anfang des Jahres 2014 hat die LFK die Frist für die Ausschreibung der digitalen Hörfunkprogramme (vom 25. Oktober 2013) nochmals erweitert. Die Antragsfrist endet nun am 28. März 2014. Begründet wurde dies damit, dass zu Beginn des Ausschreibungsverfahrens (im Oktober 2013) lediglich Übertragungskapazitäten für 3 Programme (162 CU) zur Verfügung gestanden hätten. Im Laufe des Verfahrens habe sich jedoch die Möglichkeit eröffnet, weitere Übertragungskapazitäten zusätzlich zu nutzen.

Gegenstand der Ausschreibung sind nun mindestens 486 CU (sog. Capacity Units), ggf. 540 CU. Diese Kapazitäten ermöglichen die Ausstrahlung von mindestens neun, ggf. zehn Hörfunkangeboten. Bewerbungen, die bereits auf die Ausschreibung vom 25. Oktober 2013 bei der LFK abgegeben wurden, sollen weiterhin ihre Gültigkeit behalten. Den Anbietern sei es gestattet, ihre Bewerbungen bis zum Ende der neu festgelegten Antragsfrist zu verändern. Weitere Interessenten könnten ebenfalls Anträge auf Zuweisung von Kapazitäten zur Veranstaltung von Hörfunkprogrammen einreichen.

8. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

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

Wie bereits die Jahre zuvor wurde auch im Jahre 2013 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 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 RfStV 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 Presstexte 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 § 11 d 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).

Allerdings legte die ARD noch Ende Oktober des Jahres 2012 Berufung gegen das Urteil ein. Zwar gab es noch im November 2012 weitere Gespräche zwischen den Verlegern und den Intendanten von ARD und ZDF, diese blieben aber ohne Ergebnis. Auch in der Folgezeit wurde weiterhin um die Grenzen der Zulässigkeit dieses Angebots gestritten.

Schließlich kam es am 8. November 2013 zur Berufungsverhandlung vor dem Oberlandesgericht Köln.

Bereits in der mündlichen Verhandlung am 8. November 2013 hatten die Richter erkennen lassen, dass sie sich der Auffassung der Verleger nicht anschließen wollten. Vielmehr sei das Angebot der Tagesschau-App lediglich eine mobile Übertragungsform des Online-Angebots tagesschau.de und mit diesem inhaltlich deckungsgleich. Die App sei damit von dem im Jahr 2010 durchgeführten Drei-Stufen-Test und der anschließenden Freigabe des Konzepts durch die Niedersächsische Staatskanzlei gleichfalls umfasst. Die Freigabe sei eine verbindliche Feststellung der Konformität des Medienangebots mit den Vorgaben des Rundfunkstaatsvertrages. Der Senat als Wettbewerbsgericht sei an die rechtliche Bewertung der mit der Prüfung des Telemedienkonzepts befassten Institutionen gebunden. Gegenstand dieser Prüfung sei ausdrücklich auch die Presseähnlichkeit des Angebots gewesen; diese sei aber wegen des Einsatzes medientypischer Gestaltungselemente wie Bewegtbildern, Audios, interaktiven Modulen, verschiedenen Formen von Bild-, Text- und Tonkombinationen sowie der dynamischen Aktualisierung der Inhalte insgesamt nicht als presseähnlich eingestuft worden. Dieselbe Frage könne daher vom Senat weder hinsichtlich des Gesamtkonzepts noch hinsichtlich seiner tagesaktuellen Umsetzung nicht noch einmal geprüft werden, da eine anderweitige Bewertung durch die Wettbewerbsgerichte die im Drei-Stufen-Test getroffenen Bewertungen in Frage stellten und letztlich dazu führen würden, dass das durchlaufene Prüfverfahren im Ergebnis wirkungslos wäre.

In Bewertung der Entscheidung war man aus Sicht der Presseverleger zu dem Ergebnis kommen, dass das OLG die Klage lediglich aus rein formellen Gründen zurückgewiesen hat. Da die Revision gegen das Urteil zugelassen worden ist, haben die klagenden Verlage Anfang des Jahres 2014 Revision beim BGH eingelegt.

Ebenfalls entspann sich Anfang des Jahres 2013 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 Verleger, dass die App in Widerspruch zu den Vorgaben des Rundfunkstaatsvertrages stehe, der den inhaltlichen Schwerpunkt in fernsehähnlichen und nicht in presseähnlichen Angeboten sieht.

8.2. Der Streit um die Werbefreiheit/-beschränkungen des öffentlich-rechtlichen 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 Bun-

desländern eine Werbezeitbeschränkung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu verankern. Die Thesen der APR wurden am 25. März 2013 nochmals in einer überarbeiteten und ergänzten Form veröffentlicht.

Im Januar des Jahres 2013 hat der VPRA anlässlich einer ausführlichen Stellungnahme zur Reform des SWR-Staatsvertrages die Gelegenheit genutzt, die Umsetzung einer Werbezeitbeschränkung auch im SWR-Staatsvertrag zu fordern.

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 sowohl in einer mündlichen Anhörung zum Staatsvertrag bereits am 20. Dezember 2012, als auch durch schriftliche Stellungnahme vom 16. Januar 2013 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. Weiterhin forderten die Hörfunkverbände, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf nationale Radiowerbung zu beschränken sowie mehr Transparenz bei der Preisgestaltung von Werbespots (Problemkreis der Vermengung von Rundfunkbeitrag und Werbefinanzierung).

8.3. Die Diskussion um den Rundfunkbeitrag

Eng verknüpft mit der oben bereits angesprochenen Frage der Werbefreiheit öffentlich-rechtlicher Rundfunkprogramme ist die Frage der Gestaltung der Rundfunkbeiträge.

Nachdem im Herbst des Jahres 2013 bekannt geworden war, dass ARD und ZDF in der laufenden Gebührenperiode möglicherweise Mehreinnahmen von ca. 1,2 Milliarden Euro aufgrund der Umstellung von der Rundfunkgebühr auf den Rundfunkbeitrag erwirtschaftet haben, wird der Bericht der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF), der Ende März des Jahres 2014 veröffentlicht werden soll, mit Spannung erwartet.

Die Tatsache, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten doch wesentlich höher über den bisherigen Schätzungen liegen, befeuert einerseits die Diskussion über mögliche Gebührensenkungen, andererseits aber auch darüber, ob die Mehreinnahmen genutzt werden können, um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk werbefrei zu machen.

Anfang des Jahres lag nun ein Vorschlag der Expertenkommission der KEF vor, die den Ländern empfahl, den Beitrag frühestens ab dem Jahre 2015 um 73 Cent auf 17,25 Euro im Monat zu senken. Sowohl der Bayerische Rundfunk als auch der SWR haben sich grundsätzlich gegen eine Gebührensenkung ausgesprochen. Die Ministerpräsidenten beschlossen mittlerweile am 13. März 2014, hinter der Empfehlung der Expertenkommission zurückzubleiben und den Rundfunkbeitrag lediglich um 48 Cent, auf 17,50 Euro im Monat, abzusenken. Allerdings müssen diesem Vorschlag die Länderparlamente noch zustimmen.

8.4. 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 im

Kapitel um die Diskussion der Werbefreiheit öffentlich-rechtlicher Rundfunkangebote erwähnt (s.o.), haben die Landesregierungen von Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg der Öffentlichkeit bereits im Juni und November des Jahres 2012 einen Entwurfsvorschlag für den neuen SWR-Staatsvertrag zur Diskussion vorgelegt.

Das politische Ziel der beiden Staatsregierungen war es, den SWR effektiver in einer digitalisierten, konvergenten Medienwelt zu positionieren. Einige der wesentlichen Kernpunkte des Reformvorhabens seien nachstehend aufgezählt. So wurde 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

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 wurde 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 waren weitere Maßnahmen zur Stärkung der binnenpluralen Aufsichtsgremien geplant und es sollten 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.

Weiterhin 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 Programmerweiterung 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 Erweitungsklausel. Bei der zu erwartenden Weiterentwicklung der digitalen Übertragungstechniken besonders im Internet sahen die Verbände die Gefahr, dass einer nur unzureichend kontrollierten Programmierung öffentlich-rechtlicher Hörfunkangebote die Tür geöffnet werde. Zwar sollten 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.

Hingewiesen wurde im Zusammenhang mit der Etablierung weiterer öffentlich-rechtlicher Programmangebote auf die teilweise verbesserungsbedürftige Frequenzsituation des privaten kommerziellen Rundfunks. Offensichtlich schien 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 werde, sich mit Verweisen auf den jeweils geltenden Rundfunkstaatsvertrag zu begnügen, wurde ausführlich dargestellt und in allen in Betracht kommenden Facetten (Hörfunk und Fernsehen) problematisiert.

Was die Besetzung des Rundfunkrats anging wurde kritisiert, dass die Medienarbeitgeberverbände im Gegensatz zu den Journalistengewerkschaften nicht bei der Besetzung des Rundfunkrates berücksichtigt werden sollen. Eine solche Berücksichtigung habe es für den Sendebezirk des früheren SDR in Baden-Württemberg nach dem alten SDR-Gesetz bis zur Unterzeichnung des (ersten) SWR-Staatsvertrages am 31. Mai 1997 gegeben.

Im Mai des Berichtsjahres legten die Landesregierungen von Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz eine konsolidierte Fassung des Entwurfs vor. Was die Kritik anging, die die Verbände VSZV und VPRA an dem Entwurf geäußert hatten, fand sich nur wenig Niederschlag in dem konsolidierten Entwurf.

Lediglich die im Entwurf unbegrenzte Erweiterungsmöglichkeit für weitere Hörfunkangebote im Internet hatte eine etwas stärkere Eingrenzung erfahren. So wurde nun formuliert, dass „bis zu drei ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme nach Maßgabe eines nach § 11 f des Rundfunkstaatsvertrags durchgeführten Verfahrens zulässig sein sollen. Die aus Sicht privater Medien relevanten Punkte wie die Radio- und Fernsehwerbung des SWR oder die weitere Präzisierung der Online-Zuständigkeit der Anstalt sind nicht Gegenstand der Novelle geworden. Unberücksichtigt blieb auch die Forderung nach Berücksichtigung eines Vertreters der Medienarbeitgeberverbände bei der Besetzung des SWR-Rundfunkrates.

Nach Zustimmung der Landtage und Hinterlegung der Ratifikationsurkunden in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz trat der neue SWR-Staatsvertrag am 1. Januar 2014 in Kraft.

V. Anzeigen

1. Anzeigenausschuss

Der VSZV-Anzeigenausschuss tagte im Berichtsjahr am 6. März in Stuttgart letztmals unter dem Vorsitz des langjährigen Ausschussvorsitzenden Hans-Jörg Wilhelm, Heidenheimer Zeitung, sowie am 18. November in Ravensburg unter dem Vorsitz des auf der VSZV-Mitgliederversammlung gewählten neuen Ausschussvorsitzenden Dr. Kurt Sabathil, Schwäbische Zeitung.

Herr Wilhelm gab zu Beginn der Sitzung des Anzeigenausschusses am 6. März 2013 zunächst einen Überblick über die Entwicklungen des Anzeigenmarktes auf Landes- und Bundesebene. Wie auch in den Jahren zuvor, sei für das Jahr 2012 ein Rückgang der Anzeigenumfänge auf Bundes- und Landesebene zu verzeichnen. Anschließend äußerten sich die anwesenden Mitglieder des Ausschusses zur Geschäftsentwicklung im zurück liegenden Jahr 2012, zur bisherigen Geschäftsentwicklung im begonnenen Jahr 2013 und zur zukünftigen Marktsituation. Die Mehrzahl der Teilnehmer berichtete für das Jahr 2012 von einem leichten Plus im lokalen Geschäft, was das nationale Anzeigengeschäft angehe sei jedoch nach wie vor ein Negativtrend zu verzeichnen. Vor allem in der Kategorie des Stellenmarktes habe man im Jahr 2012 stärkere Einbußen zu verkraften gehabt. Mittels Sonderbeilagen und Anzeigenblättern mit Resthaushaltsabdeckung habe ein Teil der nachlassenden Anzeigenumfänge in den Tageszeitungen abgefangen werden können. Allerdings seien was die Resthaushaltsabdeckung betreffe die Wachstumsgrenzen langsam aber sicher erreicht und so müsse man sich Gedanken um weitere Alternativen und neue Produkte, wie beispielsweise Expertenbücher, machen. Vor allem aber sei eine Selbstkannibalisierung mit der Tageszeitung unbedingt zu vermeiden.

Im Folgenden tauschten sich die Sitzungsteilnehmer über die bisher gesammelten Erfahrungen hinsichtlich der SEPA-Migration aus. Hierzu gab Frau Freitag, VSZV, zunächst einen Überblick über die gesetzlichen Grundlagen der SEPA-Einführung und die wichtigsten Änderungen, die die SEPA-Einführung mit sich bringen werde. So sei es insbesondere mit einer Umstellung der Kontonummern und Bankleitzahlen in IBAN und BIC nicht getan. Es herrsche eine große Verunsicherung in den Verlagen, was die konkrete Umstellung auf das SEPA-Lastschriftverfahren betreffe. Grund hierfür sei, dass es eine ganze Reihe von ungeklärten Fragen gebe. Mittlerweile stehe jedoch fest, dass bisher gültige Mandate auch mit SEPA ihre Gültigkeit behalten sollen. Dies gelte jedoch nur für solche Mandate, die in Schriftform vorlagen bzw. vorliegen. Momentan seien einzig schriftlich vorliegende Mandate SEPA-fähig. Ob auch die elektronisch erfolgte oder gar die telefonische Mandatierung SEPA-fähig sein werde, sei indes noch offen. Auch in weiteren Punkten bestehen Unsicherheiten. Dies betreffe insbesondere die Auswirkungen einer fehlenden Vorabinformation. Die Teilnehmer der Sitzung stimmten darin überein, dass es letztlich auf eine intern in den einzelnen Verlagen durchzuführende Risikobewertung im Zusammenhang mit der SEPA-Umsetzung ankommen werde. Es wurde beschlossen, das Thema SEPA-Umstellung in die Tagesordnung der Anzeigenleitertagung aufzunehmen.

Als weitere Tagesordnungspunkte wurden behandelt:

- Bericht aus der AG Produktentwicklung durch Frau Philipp, Heilbronner Stimme
- Diskussion: Aufgaben der ZMG aus Sicht des VSZV-Anzeigenausschusses
- Vorbereitung der VSZV-Anzeigenleitertagung 2013
- Verabschiedung des langjährigen Ausschussmitglieds Eberhard Looser, Heidenheimer Zeitung

Auf der ersten Sitzung unter Leitung des Ausschussvorsitzenden Dr. Kurt Sabathil, Schwäbische Zeitung, am 18. November 2013 in Ravensburg gab Herr Dr. Sabathil zunächst einen kurzen Überblick über die Geschichte des neuen Verlagshauses von Schwäbisch Media und die Ausrichtung des Verlags als Medienhaus mit einem Dachmarkenkonzept. Im Weiteren kam er auf die Lage auf dem Anzeigenmarkt zu sprechen. Anhand eines Überblicks über die Entwicklungen seit dem Jahr 2000 zeigte er auf, dass leider seit nunmehr 6 Jahren ein kontinuierlicher Rückgang der Anzeigenumfänge zu verzeichnen sei. Dies sei eine noch nie dagewesene Situation. Im Moment sei zwar in einzelnen Rubrikenmärkten durchaus ein Plus zu verzeichnen, dennoch sei es an der Zeit, gemeinsam Ideen zu entwickeln und sich offen untereinander auszutauschen. Im Fokus der Zielsetzung des VSZV-Anzeigenausschusses solle daher aus seiner Sicht die gemeinsame Entwicklung von Ideen und Maßnahmen, der offene Austausch und die Weiterreichung von einzelnen Themen auf Bundesebene stehen. Dies traf bei den Mitgliedern einhellig auf Zustimmung.

Im weiteren Verlauf der Sitzung wandte sich der Ausschussvorsitzende mit der Frage an die anwesenden Mitglieder des Anzeigenausschusses, ob sie neben dem bewährten Informationsaustausch innerhalb des Gremiums an einer vermehrten gemeinsamen Themenaufarbeitung und Themenerarbeitung innerhalb des Anzeigenausschusses als Arbeitsgremium interessiert seien. Dies bejahten die Anwesenden durchgängig. Auch der Vorschlag des Vorsitzenden, hierfür eigene (Unter-) Arbeitsgruppen einzurichten, stieß einhellig auf Zustimmung. Herr Dr. Sabathil betonte, dass aus seiner Sicht ein verstärktes Zusammenhalten der Gattung Tageszeitung erforderlich sei: „Der Wettbewerber ist heute weniger der Nachbarverlag, sondern vermehrt andere Mediengattungen.“ Er forderte die Anwesenden zu einem Brainstorming auf, welche Themenbereiche sich zur Bearbeitung in Arbeitsgruppen anbieten. Hierauf fand ein lebhafter Austausch innerhalb des Gremiums statt. Die Ausschussmitglieder beschlossen daraufhin die Etablierung von insgesamt vier neuen Arbeitsgruppen, welche allen VSZV-Mitgliedern offenstehen sollen. Hierbei handelt es sich um folgende Arbeitsgruppen:

- AG Außendienstqualifizierung
- AG Benchmarkvergleiche
- AG Gattungsmarketing
- AG Preisliste und Restplatzvermarktung

Der VSZV informierte seine Mitglieder im Anschluss an die Sitzung umfassend über die Einrichtung der Arbeitsgruppen und die Möglichkeit der Mitarbeit.

Als weitere Tagesordnungspunkte wurden behandelt:

- Bericht aus der Sitzung des BDZV-Anzeigenausschusses am 12. November 2013
- Besprechung der Umfrage zu den Aufgaben der ZMG innerhalb des VSZV-Anzeigenausschusses
- Vorstellung des Abopresse-Angebots „Kombi Nation“
- Diskussion: Was können wir aus der Digitalisierung und von Google lernen?

2. Anzeigenleitertagung

Die Anzeigenleitertagung 2013 fand auf Einladung des Mannheimer Morgen am 4. Juli 2013 im Verlagshaus des Mannheimer Morgen in Mannheim statt. Als Gäste waren Marco Morinello, MVR Media Vermarktung Rheinland GmbH, DuMont, Markus Ruppe, ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, und Joachim Himmeröder sowie Sebastian Nill, beide van den Berg AG, anwesend.

Zu Beginn der Tagung begrüßte der neu gewählte Vorsitzende des VSZV-Anzeigenausschusses, Dr. Kurt Sabathil, die Teilnehmer der Anzeigenleitertagung im Konferenzraum des Mannheimer Morgen und bedankte sich für die Einladung des Mannheimer Morgen und die damit verbundene Gastfreundschaft. Seinen besonderen Dank für die Organisation der Tagung sprach er dem Geschäftsführer des Mannheimer Morgen, Dr. Björn Jansen, und dem vormaligen Anzeigenausschussvorsitzenden, Hans-Jörg Wilhelm, Heidenheimer Zeitung, für dessen langjähriges Engagement in den Anzeigengremien des VSZV aus.

Anschließend kam er auf die Entwicklung des Anzeigenmarktes in den vergangenen Jahren zu sprechen. Er führte aus, dass für den Anzeigen- und Beilagenrückgang vielerlei Gründe bestünden. Hierbei sei jedoch vor allem die Wirtschaftskrise seit 2008 anzuführen. Vor allem im zurückliegenden Jahr 2012 seien die Werbeeinnahmen der Tageszeitungen noch einmal erheblich zurückgegangen. Den Ursachen müsse auf den Grund gegangen werden.

Anschließend begrüßte Dr. Björn Jansen, Geschäftsführer des Mannheimer Morgen, die Teilnehmer der Tagung und gab einen Überblick über die Geschichte der Dr. Haas Mediengruppe. Die Mediengruppe sei ein mittelständisches Medienunternehmen mit einem Jahresumsatz von rund 110 Mio. Euro und beschäftige 700 Mitarbeiter. Mannheim charakterisierte Herr Dr. Jansen als eng gespickten Ballungsraum und als einen besonders medienintensiven Standort, an dem der Mannheimer Morgen seit nunmehr 10 Jahren angesiedelt sei.

Zukünftig müsse für die Zeitungen die Monetarisierung ihrer Online-Angebote im Vordergrund stehen. Zwar könnten die Zeitungen bereits zum jetzigen Zeitpunkt eine ordentliche Reichweite mit ihren Online-Angeboten erzielen. Nachdem das Anzeigengeschäft seit 10 Jahren stark unter Druck stehe, gelte es in Zukunft vor allem an der Monetarisierung der Online-Angebote der Zeitungen zu arbeiten. Hierzu gehöre auch die Ankurbelung der Online-Vertriebserlöse mithilfe von Produktinnovationen. Wenn es den Tageszeitungen gelinge, attraktive Produkte anzubieten, dann gehe damit auch eine Erlössteigerung im Anzeigenmarkt einher. Einen Vorteil habe die Zeitung hierbei: Sie sei letztlich von der Form des Endgeräts unabhängig.

Unter dem Themenschwerpunkt „Zeitung Mobile“ stellte zunächst David Lämmel, Mannheimer Morgen, die sich im Beta-Stadium befindliche App „Digitale Zeitung“ des Mannheimer Morgen vor. Bisher habe man das Epaper der Zeitung lediglich als pdf-Version vorgehalten. Von dieser Lösung wolle man sich nunmehr verabschieden und neue Wege beschreiten. Das bloße Anbieten von pdf-Dateien werde den Ansprüchen der Leser in der heutigen Zeit nicht mehr gerecht. „Online“ sei der Nutzungstrend der vergangenen Jahre. Daher habe man sich seitens des Mannheimer Morgen für eine plattformübergreifende Lösung - auch für Werbekunden – in Form der App „Digitale Zeitung“ entschieden, welche kurz vor dem Launch stehe. Anschließend führte Herr Lämmel die Funktionalität der App anhand einer Live-Demo auf seinem iPad vor.

Als zweiter Referent zum Themenschwerpunkt „Zeitung Mobile“ hielt Herr Morinello, Geschäftsführer der MVR Media Vermarktung Rheinland GmbH, DuMont, einen Vortrag zum Thema „Mobile Advertising – Welches Potenzial haben die regionalen Verlage?“. Zunächst führte Herr Morinello aus, dass die mobile Onlinenutzung mit Aufkommen der Smartphones extrem zugenommen habe und auch in den nächsten Jahren ein weiterer Zuwachs erfolgen werde. Bereits zum heutigen Zeitpunkt haben 80 % der Smartphone-Besitzer einen Vertrag inklusive Datenvolumen bzw. eine Flatrate, so dass 84 % der Smartphone-Besitzer regelmäßig mobil, also über ihr Smartphone ins Internet gehen. Demgegenüber sinke die stationäre Internetnutzung mittels eines Desktop-PCs. Bei Google werden beispielsweise bereits mehr als die Hälfte aller Suchanfragen über mobile Endgeräte gestellt. Auch die Reichweite mobiler Verlagswebseiten sei stark wachsend. In diesem Zusammenhang stelle sich jedoch das Problem der Monetarisierung. Im mobilen Internet sei bei weitem weniger Geld zu verdienen

als mit stationären Webseiten. Dies liege auch daran, dass die Werbekunden der Zeitungen nur teilweise über mobile Webseiten verfügten, auf die innerhalb einer Anzeige verlinkt werden könne. Was die Anzeigenform betreffe gelte es, weg von der Banneranzeige zu kommen und neue Werbeformen anzubieten. Gerade mobile Anzeigen, die zum Scrollen und Wischen animieren, erzielten doppelt so hohe Interaktionsraten wie Banner, die nur angeklickt werden können. Abschließend forderte er die Teilnehmer auf, sich an das Thema „Mobile Advertising“ heranzuwagen und die aufgezeigten Potenziale zu nutzen.

Anschließend informierte Herr Beyer, Anzeigenleiter des Südkurier, die Teilnehmer über die Lösung des Südkurier zur Erstellung von Online-Werbemitteln. Mithilfe der von dem Londoner Unternehmen Localstars entwickelten webbasierten Plattform könnten in nicht unerheblichem Umfang Zusatzumsätze mit kleinen, lokalen Anzeigenkunden erzielt werden. Vor allem ermögliche die Plattform eine erhebliche Zeit- und Kostenersparnis, da es nun möglich sei, aus dem Baukasten Werbemittel zu erstellen. Mittels des Plattform-Tools könnten Standard-Werbemittel wie Skyscraper-, Superbanner- und Rectangleanzeigen sowie Content-Banner produziert werden. Herr Beyer demonstrierte sodann beispielhaft die Erstellung einer Anzeige auf der Plattform.

Im weiteren Verlauf der Tagung informierte Herr Himmeröder, Vertriebsleiter der van den Berg AG, die Teilnehmer der Tagung unter dem Tagesordnungspunkt „Aktuelles zum SEPA-Verfahren aus Sicht der Verlage“ über die Veränderungen, die die Einführung des SEPA-Verfahrens im Februar 2014 für die Verlage mit sich bringen wird. Hierbei betonte er, dass es keine Ausweichmöglichkeiten oder Wahlmöglichkeiten gebe. Vielmehr haben im Februar 2014 alle Unternehmen unterschiedslos auf das SEPA-Verfahren umzustellen. Daher gelte es, sich frühzeitig und abteilungsübergreifend vorzubereiten. Es sei ein Irrglaube anzunehmen, von der SEPA-Umstellung seien nur die IT-Abteilungen betroffen. Vielmehr seien nahezu alle Abteilungen mit unterschiedlichen Fragestellungen berührt. Anschließend ging er ausführlich auf Einzelfragen im Bezug auf das SEPA-Verfahren ein.

Die weiteren Themen der Tagung:

- Aktuelles aus der Arbeit der ZMG, insbesondere EDEKA-Modelling, Zukunft der Zeitung

Auf Einladung des Mannheimer Morgen kamen die Anzeigenleiter im Anschluss zu einem Barbecue-Grillabend auf der Kastanienterrasse des Dorint Kongresshotels Mannheim mit den am Folgetag zusammentreffenden baden-württembergischen Vertriebsleitern zu einem geselligen Kollegenabend zusammen. Die gemeinsame Abendveranstaltung bildete auch in diesem Berichtsjahr eine von den Teilnehmern sehr geschätzte Begegnungsmöglichkeit, bei der der gemeinsame Austausch zwischen den Verlagshäusern gepflegt wurde.

VI. Vertrieb

1. Vertriebsausschuss

Der VSZV-Vertriebsausschuss traf sich im Berichtsjahr unter Leitung des Vorsitzenden, Wolfgang Poppen, am 27. Februar in Stuttgart.

Herr Poppen, Badische Zeitung, begrüßte die Teilnehmer und Gäste der Sitzung in seiner Funktion als Vorsitzender des Vertriebsausschusses. Sodann teilte der Vorsitzende mit, dass er an dieser Stelle auf einen Vortrag der aktuellsten Zahlen zur Auflagenentwicklung verzichten und stattdessen das Digital-Abo der Badischen Zeitung, welches seit Dezember 2012 vertrieben werde, vorstellen wolle. Nachdem Herr Poppen die Teilnehmer über angestellte Vorüberlegungen, Bepreisung und erste Erfahrungswerte informiert hatte, bot er abschließend an, das Modell der Badischen Zeitung gerne auch ausführlicher auf der diesjährigen Vertriebsleitertagung in Mannheim vorzustellen. Dieser Vorschlag wurde allseits befürwortet.

Im weiteren Verlauf der Sitzung erfolgte ein intensiver Erfahrungsaustausch bzw. Diskussion zur SEPA-Migration unter den Teilnehmern. Zunächst äußerten die Teilnehmer der Sitzung, dass sie die Umstellung auf das SEPA-Verfahren im Hinblick auf Neukunden weniger beunruhige als vielmehr die Behandlung von Bestandskunden und die Überführung bestehender Lastschriftermächtigungen in SEPA-fähige Mandate. Herr Eggert, BDZV, führte hierzu aus, dass seitens der Bundesbank die Aussage getroffen worden sei, dass zumindest schriftlich vorliegende Alt-Mandate auch mit SEPA ihre Wirksamkeit behalten sollen. Abschließend besprachen die Sitzungsteilnehmer die Vorbereitungen innerhalb der Verlagshäuser, die im Zuge der Umstellung auf SEPA geplant seien bzw. bereits begonnen wurden. Hierbei ergab sich als überwiegendes Bild, dass die meisten Verlage erst kurz vor Februar 2014 bzw. zum Februar 2014 zu SEPA wechseln werden.

Im Anschluss informierte Herr Eggert, BDZV, die Sitzungsteilnehmer darüber, dass man in einer gemeinsamen Projektgruppe von BDZV und VDZ einen Vorschlag einer Statistik zur IVW-Ausweisung von Digitalangeboten der Verlage erarbeitet habe. Ziel dieses Konzepts „Digitale Lizenzen“ sei es, alle kostenpflichtigen Apps und Internetseiten differenziert nach der Dauer ihrer kostenpflichtigen Nutzbarkeit in einer neuen IVW-Statistik auszuweisen. Er führte aus, dass in Form einer "Zuzüglich-Ausweisung" ermöglicht werden solle, die kostenpflichtigen Zugriffe im Zusammenhang mit der IVW-Auflagenmeldung für die gedruckte Auflage in Form einer Verlinkung mit der Auflagenauflistung abzubilden. Hierbei sollen nur solche Digitalprodukte berücksichtigungsfähig sein, die eine Bepreisung von mind. 0,01 Euro / Tag bzw. 0,30 Euro / Monat vorweisen. Weitere Voraussetzungen für die Ausweisung sollen sein, dass die entsprechenden digitalen Angebote in einer Belegungseinheit mit der gedruckten Ausgabe geführt werden und, dass eine gemeinsame Vermarktung in einer Belegungseinheit erfolge, sowie eine Titel- bzw. Markenidentität zwischen der App und dem Printprodukt bestehe. Herr Eggert führte abschließend aus, dass der Beschluss über die Einführung einer App-Statistik bzw. des Konzepts „Digitale Lizenzen“ spätestens im Mai 2013 auf der Sitzung des Verwaltungsrats der IVW zu erwarten sei.

Die weiteren Themen der Sitzung:

- Bericht aus dem BDZV-Vertriebsausschuss
- Vorbereitung der VSZV-Vertriebsleitertagung 2013

2. Vertriebsleitertagung

Im Berichtsjahr fand die alljährliche Vertriebsleitertagung des VSZV auf Einladung des Mannheimer Morgen am 5. Juli im Verlagsgebäude des Mannheimer Morgen statt. Als Gäste

nahmen an der Tagung Günter Nitsche, Augsburger Allgemeine, und Joachim Himmeröder sowie Sebastian Nill, beide von der Berg AG, teil.

Eingeleitet wurde die Veranstaltung bereits am Vorabend durch den traditionellen gemeinsamen Kollegenabend der Vertriebsleiter mit den baden-württembergischen Anzeigenleitern, die am 4. Juli 2013 ebenfalls im Verlagsgebäude des Mannheimer Morgen zusammenkamen. Im Vordergrund des Barbecue-Grillabends auf der Kastanienterrasse des Mannheimer Dorint Kongresshotels, zu welchem der Mannheimer Morgen eingeladen hatte, stand auch in diesem Jahr der kollegiale Austausch.

Zu Beginn der Tagung hieß zunächst der Vorsitzende des VSZV-Vertriebsausschusses, Wolfgang Poppen, die Teilnehmer der Vertriebsleitertagung im Konferenzraum des Mannheimer Morgen willkommen und bedankte sich bei Herrn Dr. Björn Jansen für die Gastfreundschaft und den gelungenen gemeinsamen Kollegenabend.

Im Folgenden erklärte der Vorsitzende des Vertriebsausschusses, in diesem Jahr nicht auf die Auflagenzahlen einzugehen, sondern vielmehr aus der Arbeit der Vertriebsgremien des VSZV berichten zu wollen. Vor dem Hintergrund der diesjährigen Bundestagswahlen im September zeichne sich vor allem ein Thema ab: Das Thema Mindestlohn, mit welchem man sich innerhalb des VSZV-Vertriebsausschusses bereits mehrfach beschäftigt habe.

Anschließend ging Herr Poppen auf die erfreulichen Entwicklungen in Sachen Kooperation mit dem Staatministerium im Hinblick auf die Schulprojekte der Zeitungen ein. Auf der diesjährigen Jahrestagung sei eine Kooperationsvereinbarung zwischen dem Land Baden-Württemberg und dem VSZV abgeschlossen worden. Mit dieser Kooperationsvereinbarung werden die Schulprojekte der Verlage in das Projekt Kindermedienland des Landes Baden-Württemberg eingebunden. Außerdem werden diejenigen Verlage, die die im Rahmen der Jahrestagung im Jahr 2011 gemeinsam erarbeiteten Qualitätskriterien erfüllen, von nun an das offizielle Logo des Kindermedienlandes nutzen und auch auf die Kooperation mit dem Land Baden-Württemberg in der Berichterstattung über ihr Schulprojekt und in sonstigen Unterlagen des Schulprojekts verweisen dürfen.

Anschließend begrüßte der gastgebende Geschäftsführer des Mannheimer Morgen, Dr. Björn Jansen, die Teilnehmer der Vertriebsleitertagung und gab einen Überblick über die Geschichte der Dr. Haas Mediengruppe, welche er als mittelständisches Medienunternehmen mit einem Jahresumsatz von rund 110 Mio. Euro charakterisierte. Insgesamt arbeiteten rund 700 Mitarbeiter für die Dr. Haas Mediengruppe, welche seit nunmehr 10 Jahren am Standort Mannheim angesiedelt sei. Mannheim charakterisierte Herr Dr. Jansen als eng gespickten Ballungsraum und besonders medienintensiven Standort.

Im weiteren Verlauf der Vertriebsleitertagung stellte David Lämmel, Mannheimer Morgen, unter dem Themenschwerpunkt „Zeitung Digital“ zunächst die sich im Beta-Stadium befindliche App „Digitale Zeitung“ des Mannheimer Morgen vor. Hierbei ging Herr Lämmel zunächst auf die Entwicklungen im Lesemarkt in den vergangenen Jahren ein. Bei den LpA-Werten sei ein Zuwachs zu verzeichnen, während die Auflagenzahlen stetig sinken. Dies sei mit einer höheren und größeren Medialeistung der Zeitungen zu erklären. „Online“ sei der Nutzungstrend der vergangenen Jahre. Daher habe man sich seitens des Mannheimer Morgen für eine plattformübergreifende Lösung – auch für Werbekunden – in Form der App „Digitale Zeitung“ entschieden. Als zweiter Referent zum Themenkomplex „Zeitung Digital“ referierte der Vertriebsleiter der Badischen Zeitung, Thomas Zehnle, über das BZ Digital Premium Abo und weitere Digitalangebote der Badischen Zeitung. Anfang dieses Jahres sei man mit dem neuen digitalen Modell gestartet. Vorab habe man jedoch eine Analyse dahingehend angestellt, woher die Visits der Webseiten der Badischen Zeitung kommen und wie oft einzelne User das Webseitenangebot der Badischen Zeitung nutzten. Im Bezug auf die Webseiten der

Badischen Zeitung habe man sich dann für die Einführung eines sog. Metered Models entschieden, welches den Usern 25 Zugriffe auf Inhalte der Webseite erlaube. Als dritter Referent berichtete der Verlagsleiter des Schwäbischen Tagblatts, Dr. Gerd Waldenmaier, über das Paid Content Modell des Schwäbischen Tagblatts. Im März dieses Jahres habe man in Kooperation mit dem Schweizer Start-Up Unternehmen Millipay ein Paid Content Modell eingeführt. Vorab habe man sich eingehend mit den unterschiedlichen Paid Content Modellen beschäftigt. Die Entscheidung sei sodann bewusst für ein Prepaid Freemium Modell gefallen. Das Modell des Schwäbischen Tagblatts sehe wie folgt aus: Ausgewählte Artikel und Videos kosten einen Betrag von 0,15 Euro. Dies gelte vor allem für exklusive Artikel mit lokalem Bezug wie beispielsweise lokale Themenartikel und Sportvideos. Insgesamt stelle man rund 30 Inhalte am Tag hinter die Paywall. Bisher bestand das Problem bei der Abwicklung solcher Microbeträge darin, dass die Kosten für eine einzelne Transaktion teurer als der zu zahlende Betrag gewesen seien. Durch die Zusammenarbeit mit Millipay sei nun eine wirtschaftliche Abwicklung dieser Kleinstbeträge möglich.

Im weiteren Verlauf der Tagung informierte Herr Himmeröder, Vertriebsleiter der van den Berg AG, die Teilnehmer der Tagung unter dem Tagesordnungspunkt „Aktuelles zum SEPA-Verfahren aus Sicht der Verlage“ über die Veränderungen, die die Einführung des SEPA-Verfahrens im Februar 2014 für die Verlage mit sich bringen wird. Hierbei betonte er, dass es keine Ausweichmöglichkeiten oder Wahlmöglichkeiten gebe. Vielmehr haben im Februar 2014 alle Unternehmen unterschiedslos auf das SEPA-Verfahren umzustellen. Daher gelte es, sich frühzeitig und abteilungsübergreifend vorzubereiten. Es sei ein Irrglaube anzunehmen, von der SEPA-Umstellung seien nur die IT-Abteilungen betroffen. Vielmehr seien nahezu alle Abteilungen mit unterschiedlichen Fragestellungen berührt. Anschließend ging er ausführlich auf Einzelfragen im Bezug auf das SEPA-Verfahren ein.

Weitere Themen der Tagung waren:

- Mindestlohn und Herausforderungen für Verlage: Vorstellung eines Modells zur Bewertung von Zustellgebieten

3. Zeitung in der Schule / Kindermedienland

Nachdem das Landeskabinett im Februar 2013 die Fortführung des Projekts „Kindermedienland“ mit neuer Konzeption befürwortet hatte, führte der VSZV in den Folgemonaten, wie auch bereits im vorangegangenen Jahr, intensive Gespräche mit dem Staatsministerium im Hinblick auf eine Einbindung der Schulprojekte der baden-württembergischen Zeitungsverlage in die Initiative Kindermedienland. Diese zahlreichen Gespräche und die Bemühungen der letzten Jahre zeichneten sich im Berichtsjahr aus: Auf der VSZV-Jahrestagung am 17. Mai 2013 in Ravensburg unterzeichneten Frau Ministerin Krebs und Valdo Lehari jr. eine Kooperationsvereinbarung zwischen dem Land Baden-Württemberg und dem VSZV. Mit dieser Kooperationsvereinbarung werden die Schulprojekte der Verlage in das Projekt Kindermedienland des Landes Baden-Württemberg eingebunden. Die Projekte, die Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit geben, das Medium Zeitung durch Lektüre, Redaktionsbesuche und durch das Erstellen eigener journalistischer Beiträge besser kennenzulernen, stärken nicht nur die Lese- und Medienkompetenz, sondern unterstützen auch die Entwicklung der Kinder und Jugendlichen zu aufmerksamen Zeitungsleserinnen und -lesern und damit zu verantwortungsbewussten und demokratisch denkenden Erwachsenen. Auf der VSZV-Jahrestagung erklärte Ministerin Krebs: „Mit dieser Kooperation hat die Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg starke Partner gefunden und kann sich noch breiter und effizienter aufstellen“. Ebenso erfreut zeigte sich Valdo Lehari jr.: „Wir freuen uns, dass wir mit der Einbindung der Zeitungsverlage und deren jahrzehntelanger Erfahrung in der Vermittlung von Medien- und Lesekompetenz in zahlreichen Projekten zur weiteren Stärkung der Initiative Kindermedienland beitragen können.“ Gemeinsam betonten Ministerin Krebs und Valdo Lehari jr. „Wir er-

gänzen uns hervorragend in unserer gemeinsamen Zielsetzung, die Medienkompetenz von Schülerinnen und Schülern in ihrer gesamten Bandbreite zu fördern.“

Mit der abgeschlossenen Kooperationsvereinbarung können diejenigen Verlage, die die bereits im Rahmen der Jahrestagung im Jahr 2011 gemeinsam erarbeiteten Qualitätskriterien erfüllen, das offizielle Logo des Kindermedienlandes nutzen und auch auf die Kooperation mit dem Land Baden-Württemberg verweisen. Außerdem besteht die Möglichkeit der Einbindung und Präsentation der Schulprojekte auf der offiziellen Webseite des Kindermedienlandes www.kindermedienland-bw.de.

Im Nachgang zum Abschluss der Kooperationsvereinbarung trafen VSZV und das Staatsministerium weitere Absprachen zur praktischen Handhabung der Kooperation, über die vszV-seitig in mehreren Rundschreiben informiert wurde.



VII. Digitale Medien

Über die Entwicklung der Online-Reichweiten der Tageszeitungen wurde in Kapitel I. 4. ausführlich berichtet.

In Baden-Württemberg präsentiert sich jeder der 53 VSZV-Mitgliedsverlage allein oder im Verbund mit Partnerverlagen mit einem vielfältigen Onlineangebot im Internet. Darüber hinaus bieten fast alle VSZV-Mitgliedsverlage ePaper-Ausgaben ihrer Printausgaben an, die meistens diversifiziert nach den einzelnen Lokalausgaben herausgegeben werden.

Über die klassischen Zeitungsportale hinaus bauen die Verlage zusätzliche Webpräsenzen auf, in denen zu ganz unterschiedlichen Lebenssachverhalten (z.B. in den Bereichen Freizeitgestaltung, Sport, Vereinsleben, Partnerschaftsbörsen/Verabredungen, Veranstaltungen, Dienstleistungsangebote, Wirtschaftsinformationen, um nur einige Bereiche beispielhaft aufzuzählen) informiert oder auf spezielle Nutzerinteressen eingegangen wird. Darüber hinaus investieren die Verlagshäuser erheblich in den Aufbau ihrer regionalen oder lokalen Online-Rubrikenmärkte, insbesondere in den Bereichen Immobilien, Stellen, Automobile, aber auch im Bereich der lokalen Kleinanzeigen.

Ergänzt werden die Angebote durch eine Vielzahl von Apps, die für alle gängigen mobilen Endgeräte in den jeweiligen Betriebssystemen angeboten werden.

Wie bereits an anderer Stelle in diesem Jahresbericht erwähnt, spielten auch auf Landesebene die Themen „paid content“ / „paywalls“ sowie „mobile websites“ eine erhebliche Rolle. Diese Fragen dürften auch in Zukunft noch weiter an Bedeutung gewinnen.

VSZV-Ausschuss Digitale Medien

Der VSZV-Ausschusses Digitale Medien, der von Rainer Wiesner, Südkurier, geleitet wird, kam im Jahre 2013 zu insgesamt 2 Sitzungen zusammen:

Auf der Sitzung des VSZV-Ausschusses Digitale Medien am 20. März 2013 in Konstanz wurden folgende Themen behandelt:

- Best Practice: Das „Heimat-Bundle“ der Augsburger Allgemeine (Referent: Erik Markert, Digitales Abo-Management, Augsburger Allgemeine im Verbund der Mediengruppe Pressedruck)
- E-Mail-Marketing: Perspektiven für die Verlagswelt (Referent: Nico Zorn, Geschäftsführer, saphiron GmbH management & technology consultants)
- OMS Digital Offensive - Mobile (Referent: Marc Schallmeyer, Verkauf, OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG)
- Rückblick und Diskussion zur Arbeit des Digital-Ausschusses

Gegenstand der Ausschuss-Sitzungen sind regelmäßig „Best-Practice-Beispiele“ aus den Verlagen. Anhand der Erfahrungen der Mediengruppe Pressedruck (Augsburger Allgemeine) wurde die Strategie des Verlagshauses bei der Gestaltung der digitalen Abo- und Bundle-Angebote erörtert. Mit den Entwicklungen im Bereich des E-Mail-Marketing befasste sich der Ausschuss ebenfalls, man kam zu dem Ergebnis, dass eine gut durchdachte und sorgfältig abgestimmte E-Mail-Marketing-Strategie nach wie vor ein geeignetes Werkzeug zur Vermarktung von Verlagsprodukten darstelle. Die mobile Webnutzung als nachhaltige Alternative zur stationären Webnutzung war weiteres Thema, dieses gewinnt, wie bereits an anderer Stelle des Jahresberichtes dargestellt, rasant an Bedeutung. Mit der mobilen Webnutzung der Tageszeitungs-Webseiten zur Abfrage von Nachrichten könne ein massiver Reichwei-

tenaufbau erreicht werden, so die Erkenntnis der Ausschussmitglieder. Weiterhin beschloss man, die Arbeit des Ausschusses noch stärker auf kollegialen Austausch auszurichten. In Zukunft werde der Erfahrungsaustausch zu bestimmten Themen stärker im Vordergrund stehen. Auch sollen Aufgaben verstärkt in Unter-Arbeitsgruppen behandelt werden.

Am 12. September 2013 fand in Stuttgart die zweite Sitzung des Ausschusses Digitale Medien statt. Sitzungsschwerpunkte waren

- Paid Content (Schwerpunkt: Paywalls): Status und Erfahrungsaustausch
- Mobile Vermarktung: Status und Erfahrungsaustausch
- Localstars: Matthias Kiechle, Südkurier
- myXPlace: Hr. Kratzer, SWMH
- Integrierte Vereinsseiten: Dr. Stefan Dierkes, SDZ Druck und Medien GmbH & Co. KG
- Künftige Zusammenarbeit: Arbeitsgruppen / Kooperationsprojekte

Der Sachstand bei der Errichtung und Entwicklung sog. Bezahlschranken sowie der mobilen Websites war Hauptgegenstand der 2. Sitzung. Unter Bericht aus den Erfahrungen der eigenen Häuser diskutierten die Teilnehmer die aktuellen Entwicklungen. Das Gremium beschloss, die Situation in Baden-Württemberg durch eine eigene Umfrage noch genauer zu ermitteln. Im Zuge der regelmäßigen Präsentation von Best-Practice-Beispielen wurde auf der Sitzung über die Software „Localstars“ berichtet, ein webbasiertes Tool zur Vereinfachung der Erstellung von Online-Anzeigen. Weiterhin waren Systemlösungen zur Schaffung lokaler Handelsplattformen Thema der Sitzung, mit Hilfe derer örtlichen Einzelhändlern eine Möglichkeit geboten werden könnte, über die Websites der Tageszeitung Kunden anzusprechen. In einem weiteren Best-Practice-Beispiel wurde ein Modell zur Gestaltung und Integration von Vereinsinformationen auf Zeitungswebseiten präsentiert.

Der Ausschuss Digitale Medien hat im Berichtsjahr einen Unterausschuss „Soziale Medien“ gebildet, der sich unter der Leitung von Thomas Löbel, X-Medias, Mannheim, mit allen die Tageszeitungen berührenden Einzelfragen bei der Nutzung und Einbindung sozialer Netzwerke durch Tageszeitungsverlage befasst. Dieser kam im Berichtsjahr zweimal zu Sitzungen zusammen.

VIII. Aus- und Weiterbildung

1. Seminarangebot für kaufmännische Verlagsmitarbeiter

Im Berichtsjahr konnten aufgrund zurückgehender Anmeldezahlen anstatt der ursprünglich acht geplanten lediglich drei Seminare in Stuttgart durchgeführt werden. Insgesamt besuchten 29 Teilnehmer die durchgeführten Seminare zu den Themenkreisen Anzeigen, Vertrieb, Online, Personal und Recht.

Im Rahmen der seit 1999 bestehenden Ausbildungskooperation mit dem Verband Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV) wurden im Berichtsjahr insgesamt 9 Seminare durchgeführt. An den Seminaren und Workshops in Stuttgart und München nahmen insgesamt 96 Personen teil, hiervon stammten 31 Teilnehmer aus VSZV-Mitgliedsverlagen und 65 aus bayerischen Zeitungshäusern. Damit ist die baden-württembergische Seminarbeteiligung im Berichtsjahr gegenüber dem Vorjahr bedauerlicherweise nochmals deutlich gesunken (Vorjahr: 127 Personen).

Folgende Seminare wurden 2013 abgehalten:

Seminartitel	Termin	ausrichtender Verband
Erfolgreiche Verhandlungsführung im Medienverkauf	27. Februar 2013	VBZV
Vom Vertriebsinspektor zum verantwortlichen Gebietsleiter - Modul I	15. + 16. April 2013	VBZV
Vom Vertriebsinspektor zum verantwortlichen Gebietsleiter - Modul II	11. + 12. Juni 2013	VBZV
Ausdrucksstark moderieren	5. Juni 2013	VSZV
Vom Vertriebsinspektor zum verantwortlichen Gebietsleiter - Modul III	16. + 17. Juli 2013	VBZV
Rechtsfragen Abo-Marketing	25. September 2013	VSZV
Schriftliches Beschwerdemanagement	16. Oktober 2013	VBZV
Heikle Personalgespräche führen	12. November 2013	VSZV
Aktuelles Anzeigenrecht – Print und Online	27. November 2013	VBZV

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

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Teilnehmer VSZV	47	12	87	107	138	68	65
Teilnehmer VBZV	31	27	51	26	68	59	29
gesamt	78	39	138	133	206	127	96

2. Praxisseminar für junge Mediaplaner

Im Berichtsjahr fand der fünfzehnte baden-württembergische Praxisworkshop „einfach Zeitung!“ wie zuletzt im Jahr 2011 in Zusammenarbeit mit der Stuttgarter Zeitung / Stuttgarter Nachrichten statt. Auch in diesem Jahr wurde der Praxisworkshop für sich in der Ausbildung befindende Mediaplaner und -planerinnen in Kooperation mit den beiden Verlagsbüros Bischofberger & Schaible und VBS Verlagsbüro Süd, Glauner & Partner, sowie der ZMG durchgeführt. Im Jahr 2013 nahmen insgesamt zwölf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter baden-württembergischer Mediaagenturen an dem Workshop zur Mediaplanung teil. Am 24. und 25. Oktober 2013 wurden die Teilnehmer über die Werbequalitäten der Tageszeitung informiert und erhielten einen umfassenden Einblick in die aktuellste Planungstechnik. Abgerundet wurde der Workshop, wie in den Jahren zuvor, durch eine eigene Mediaplanungsübung, zu der die Teilnehmer einen Mediaplan erarbeiteten und anschließend präsentierten. Zum Rahmenprogramm der Veranstaltung gehörte nicht nur eine Besichtigung des Stuttgarter Druckzentrums, sondern auch ein Abendessen in Stuttgarts höchstgelegenen Restaurant, dem Bella Vista Sky im Asemwald.

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.

Positiv entwickelten sich die Teilnehmerzahlen für die Prüfungsvorbereitungsseminare im Vergleich zum Vorjahr. So haben im Jahre 2013 wieder 66 Teilnehmer an den drei Veranstaltungen teilgenommen, im Vorjahr waren es lediglich 53 (2011: 65, 2010: 71, 2009: 70).

Die Auszubildenden kamen mehrheitlich aus baden-württembergischen Verlagen, wovon 39 (im Vorjahr 27) aus Zeitungsverlagen, 11 (2012: 14) aus Zeitschriftenverlagen und 16 (2012: 12) aus Buchverlagen kamen.

Nach wie vor unterstützen die veranstaltenden Verbände die berufsschulische Ausbildung durch anteilige Mitfinanzierung der Nebenlehrer an Berufsschulen gemeinsam mit dem baden-württembergischen Kultusministerium. Die Nebenlehrer werden von ausbildenden Verlagen freigestellt, um in ausgewählten Themengebieten, insbesondere aus den Bereichen Anzeigen und Vertrieb, den berufsschulischen Unterricht überhaupt erst möglich zu machen und diesen mit aktuellem und praxisrelevantem Lehrstoff anzureichern. Auch aus Mitgliedsverlagen sind einige Mitarbeiter an unterschiedlichen Berufsschulstandorten engagiert. Die Mittel hierfür erwirtschaften die Verbände ausschließlich aus den Teilnehmerentgelten für die Prüfungsvorbereitungsseminare.

4. Grundlagenseminar zum Medienverkauf für auszubildende Medienkaufleute

Im Dezember 2013 wurde zum zweiten Mal das Grundlagenseminar zum Medienverkauf für auszubildende Medienkaufleute des zweiten und dritten Lehrjahres angeboten. Das Seminar wurde zusammen mit dem bayerischen Schwesterverband VBZV ausgeschrieben. Mit allein 12 Teilnehmern aus Baden-Württemberg war die Veranstaltung ein voller Erfolg und kam bestens bei den teilnehmenden Auszubildenden an. Im Vorjahr hatten lediglich 10 Teilnehmer die Veranstaltung besucht, davon 7 aus Baden-Württemberg sowie 3 aus Bayern.

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 soll 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.

IX. JBB – Journalistische Berufsbildung

1. Seminararbeit 2013

Im Jahr 2013 wurden von der JBB 36 eigene Veranstaltungen im Bereich Redaktion abgehalten (Vorjahr: 38). Dazu kamen acht von der JBB organisierte Veranstaltungen für den vfm, den Verein für Medieninformation und -dokumentation (Vorjahr: sechs). An den von der JBB im redaktionellen Bereich abgehaltenen Seminaren, die vorwiegend in Stuttgart und Blaubeuren stattfanden, nahmen 401 Personen teil (Vorjahr: 446). Zusammen mit den Seminaren für Medienarchivare und -dokumentare waren es 44 von der JBB organisierte Seminare mit insgesamt 565 Teilnehmern.

Ausgebucht waren im Jahr 2013 wieder die Grundlagenseminare und Aufbau-seminare mit Einschränkung des dritten Aufbau-seminars im Oktober, an dem, wohl auch bedingt durch den drohenden Tarifstreik, lediglich neun Volontäre teilnahmen. Ausgebucht waren ebenfalls wieder jeweils ein Seminar „Kreatives Schreiben“ und „Die Lust am Lesen wecken“, die sogar zwei Mal angeboten wurden.

Abgesagt werden mussten erstmals das Seminar „Reportage“ und dann die Seminare „Audio-Slideshow“, „Modernes Zeitungsdesign“, „Internetrecht für Medien“, „Das Feature“, „Schreiben fürs Web“, „Multimediale Erzählformen“, „PR-Manipulationen durchschauen“ und „Social Media praktisch“.

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, was auf die Bekanntheit, Beliebtheit und Qualität der Seminare schließen lässt.

Teilnehmer von außerhalb kamen etwa von: Börse Aktuell Verlag AG, Stuttgart, Deutsch-Niederländische Handelskammer EC, Den Haag, Augsburger Allgemeine, Dresdner Neueste Nachrichten, Wohn!Design Verlag, Stuttgart, Bruderhaus Diakonie, Reutlingen, dpa-AFX Wirtschaftsnachrichten GmbH, Family home Verlag, Stuttgart, Sparkasse am Niederrhein, Moers, Frankfurter Neue Presse, SLK-Kliniken, Heilbronn, IHK, Heilbronn-Franken, Deutscher Sparkassen-Verlag GmbH, Stuttgart, Grafschafter Nachrichten, Nordhorn, Haller Kreisblatt, Halle, Westfalen, Mittelhessische Druck- und Verlagsgesellschaft mbH, Gießen, Westdeutsche Verlags- und Werbegesellschaft, Essen, Oldenburgische Volkszeitung, Vechta, Kircher Burkhardt Stuttgart GmbH, Nordbayerischer Kurier, Bayreuth, Chillli Freiburg GmbH, Die Glocke, Oelde, Staatsanzeiger Stuttgart, Deutsche Telekom GmbH, Darmstadt, Thurgauer Zeitung, Frauenfeld, Nachrichtenmanufaktur GmbH, Berlin, ZeilenZeit, Minden, Borkener Zeitung, Pink University GmbH, München, Westdeutsche Zeitung, Düsseldorf.

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 2013 folgendes Bild: In 38 Verlagen, davon 36 Mitgliedsverlage und 2 Nichtmitgliedsverlage (Jahr 2012: 33 Verlage, 31 Mitgliedsverlage, 2 Nichtmitgliedsverlage), wurden insgesamt 166 Volontäre ausgebildet (Vorjahr: 168 Volontäre), 96 Volontärinnen (57,8 %) und 70 Volontäre (42,2 %). Damit ist die Anzahl der Volontäre gegenüber dem Vorjahr relativ stabil geblieben. 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 37 (davon 35 Mitgliedsverlage), die Volontäre ausbildeten. 2011 ist die Anzahl der ausbildenden Verlage auf 32 (davon 30 Mitgliedsverlage) zurückgegangen, im Jahr 2012 wieder auf 33 (davon 31 Mitgliedsverlage) angestiegen und 2013 nun auf 38 (davon 36 Mitgliedsverlage) angewachsen.

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

	1983		1990		2001		2009		2012		2013	
VOLONTÄRE		%		%		%				%		%
insgesamt	183		241		210		163		168		166	
weiblich	64	35,0	117	48,6	93	44,3	102	62,6	96	57,1	96	57,8
männlich	119	65,0	124	51,5	118	56,2	61	37,4	72	42,9	70	42,2
VOLONTARIAT												
2-jährig	151	82,5	198	82,2	176	83,8	156	95,7	162	96,4	135	96,4
3-jährig											28	16,9
verkürzt	32	17,5	43	17,8	24	11,4	7	4,3	6	3,6	3	1,8
ABSCHLUSS												
Abitur	94	51,4	73	30,3	56	26,7	15	9,2	12	7,1	8	4,8
Fachhochschule	8	4,4	10	4,2	11	5,2	6	3,7	6	3,6	3	1,8
Universität *	53	29,0	126	52,3	130	61,9	134	82,2	144	85,7	150	90,4
Uni ohne Abschluss	21	11,5	16	6,6	17	8,1	7	4,3	4	2,4	4	2,4
Sonstige	7	3,8	16	6,6	2	1,0	1	0,6	2	1,2	1	0,6
*davon Abschluss in Kommunikationswiss.	7	3,8	4	1,7	17	8,1	30	18,4	48	28,6	40	24,1
REDAKTEURE					1912		1849		1913		1946	
Volontäre + Redakteure					2122		2012		2081		2112	

Erhoben wurde auch wieder die Anzahl der fest angestellten Redakteure. Die Umfrage ergab, dass in den baden-württembergischen Tageszeitungsverlagen zum Stichtag 1. Januar 2013 1.946 Redakteure beschäftigt wurden. Das sind im Vergleich zum Jahr 2012 (1.913) nochmals 33 Redakteure mehr. Die Anzahl der Vollzeitstellen, auf die sich diese Redakteure verteilen, betrug 1.846 im Jahr 2013 gegenüber 1836 im Jahr 2012.

Der Anteil der Volontäre mit Hochschulabschluss ist nochmals angestiegen, nämlich von 85,7 % im Jahr 2012 auf 90,4 % im Jahr 2013. Der Anteil der Volontäre mit letztem Ab-

schluss Abitur hat von 7,1 % auf 4,8 % abgenommen. Dem gegenüber hält sich der Anteil der Volontäre mit abgebrochenem Studium von 2,4 % auf gleichem Niveau wie in den Vorjahren. Etwa gleich geblieben ist auch der Anteil der Volontäre mit Studienabschluss Kommunikationswissenschaften, nämlich bei 24,1 %.

3. Seminare für Volontäre und Redakteure

Im redaktionellen Bereich gab es im Berichtsjahr folgende Veranstaltungen:

3 zweiwöchige Grundlagenseminare

3 einwöchige Aufbau-seminare

18 zweitägige Seminare

12 eintägige Seminare

Bei insgesamt 36 Seminaren und 93 Seminartagen (Vorjahr: 38 Seminare, 98 Seminartage) nahmen 401 Personen (Vorjahr: 446 Personen) teil. Insgesamt waren es 1.367 Teilnehmerbildungstage (Vorjahr: 1.527). Im Durchschnitt waren es bei den Volontärs- und Redakteursseminaren 11,1 Teilnehmer pro Seminar (Vorjahr 11,7).

4. Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB

Am 6. Mai 2013 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 2014 besprochen.

Bei der Sitzung des Vorstandes wurde der bisherige Beirat wiederberufen, mit Ausnahme von Herrn Siegmeier, der den Verlag Schwarzwälder Bote verlassen hat. An seiner Stelle wurde Herr Hans-Peter Schreijäg, Chefredakteur des Schwarzwälder Boten, berufen.

Bei der Sitzung wurde eine Arbeitsgruppe gegründet, die sich mit den Themen, den aktuellen Inhalten und dem Aufbau der Grund- und Aufbau-seminare auseinandersetzen soll. Für diese AG haben sich zur Verfügung gestellt Herr Stefan Proetel, Mannheimer Morgen, Herr Thomas Satinsky, Pforzheimer Zeitung, Herr Markus Langer, Badisches Tagblatt und Frau Kathrin Konyen vom DJV Baden-Württemberg. Die Aufgabe der AG-Mitglieder ist es, einzelne Seminartage zu besuchen und sich ein Urteil zu bilden sowie sich bei Ausbildungsredakteuren ein Feedback einzuholen.

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 Weißbecher, 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
Hans-Peter Schreijäg, Schwarzwälder Bote, Oberndorf
Susanne Stiefel, freie Journalistin
Hartmut Troebs, Reutlinger General-Anzeiger

8. Seminarprogramm 2014

Im Jahr 2014 werden alle Seminare wieder angeboten, die im Jahr 2013 genügend Interessenten gefunden haben.

Das Seminarprogramm 2014 der JBB enthält wiederum ein umfassendes Bildungsangebot für die Mitarbeiter der Zeitungsverlage. Insgesamt 42 Seminare sind geplant, außerdem sechs Fortbildungsseminare für Archivare und Dokumentare.

X. Journalistenpreise

European Newspaper Design Award

Mit dem European Newspaper Design Award sind in diesem Jahr ausgezeichnet worden: Die Ludwigsburger Kreiszeitung, die Pforzheimer Zeitung, die Schwäbische Zeitung, die Sindelfinger Zeitung, die Stuttgarter Nachrichten, die Stuttgarter Zeitung und der Südkurier.

Deutscher Lokaljournalistenpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung

Mit Lokaljournalistenpreisen der Konrad-Adenauer-Stiftung wurden folgende Medien aus Baden-Württemberg ausgezeichnet: die Pforzheimer Zeitung für die Serie „Integration unter der Lupe“ in der Kategorie Integration, die Stuttgarter Nachrichten für das Konzept „Auf gut schwäbisch“ in der Kategorie Heimat, der Südkurier für das Projekt „Geheimnisse der Heimat“ in der Kategorie Geschichte und der Zeitungsverlag Waiblingen für die Serie „Was passiert in unseren Moscheen?“ in der Kategorie Recherche. Die beiden ersten Preise gingen an die „Thüringer Allgemeine“ und das „Hamburger Abendblatt“. Damit wird der Qualitätsstandard der baden-württembergischen Zeitungsverlage ein weiteres Mal eindrucksvoll dokumentiert.

Ferag-Leser-Blatt-Bindungs-Preis

Die Enzkreis-extrem-Wanderung der Pforzheimer Zeitung ist mit dem Ferag-Leser-Blatt-Bindungs-Preis ausgezeichnet worden. Die Aktion, bei der im vergangenen Herbst mehr als 450 Leser mit PZ-Redakteur Sven Bernhagen um den Enzkreis gewandert sind, belegt den dritten Platz in der Kategorie Veranstaltungen/Aktionen. Der Preis wurde beim 39. Kongress Deutscher Lokalzeitungen in Berlin vergeben.

Presse-Weltverband WAN-IFRA

Auf der internationalen Zeitungskonferenz des Weltverbandes der Zeitungen und Nachrichtenmedien in Warschau sind die Schwäbische Post und die Gmünder Tagespost mit zwei internationalen Preisen ausgezeichnet worden. Aktionserfinder Wolfgang Grandjean nahm den „World Young Reader Prize“ in Gold entgegen. Prämiert wurde die Aktion „Bewerbungstraining – live, bunt und in Farbe“ als weltweit beste Aktion im Jahr 2013, um junge Leute zum Zeitungslesen zu motivieren. Eine lobende Erwähnung erhielten die Zeitungen für die Aktion „Baustelle Kindergarten“.

XI. Aus den Verlagen

Alb Bote

Der Alb Bote in Münsingen ist 1863 zum ersten Mal erschienen. Bereits 25 Jahre zuvor gab es mit dem „Intelligenzblatt für den Oberamtsbezirk Münsingen“ einen Vorläufer. Dieses Doppeljubiläum wurde mit der Sonderpublikation „150 Jahre Alb Bote“ gefeiert. Neben einem Einblick in die Geschichte der Münsinger Zeitung dokumentiert diese auch die aktuellen Entwicklungen in den Bereichen Print und Online.

Seit den 60er Jahren ist der Alb Bote eng mit dem Südwest Presse Verbund verknüpft. Mit einer täglichen Druckauflage von 5.200 Exemplaren verfügt der Alb Bote im Altkreis Münsingen (seit 1973 Teil des Kreises Reutlingen) über die unangefochtene Reichweitenstärke vor Ort.

Badische Zeitung

Holger Knöferl (44) wurde vom 1. Mai 2013 an neben Thomas Fricker (52) stellvertretender Chefredakteur der Badischen Zeitung. Die Beförderung Knöferls, der Anfang 2012 von der Pforzheimer Zeitung als Leiter der Heimatredaktion zur Badischen Zeitung wechselte, soll den hohen Stellenwert des Lokalen innerhalb des Badischen Verlags dokumentieren.

Die Oberbadische

Luftiger und aufgeräumter präsentiert sich der völlig neugestaltete Online-Auftritt des Lörracher Verlagshauses Jaumann mit seinen drei Zeitungstiteln Die Oberbadische, Markgräfler Tagblatt und Weiler Zeitung. Als Medienunternehmen fühlt sich das Verlagshaus Jaumann seit 127 Jahren der Region im Dreiländereck vor den Toren Basels tief verbunden. Deshalb stehen lokale und regionale Themen auch online im Vordergrund, ohne dass das Weltgeschehen vernachlässigt wird.

Gäubote

Am 7. Juli 1838 erschien zum ersten Mal das „Intelligenzblatt für den Oberamtsbezirk Herrenberg“ - der heutige Gäubote. In den vergangenen 175 Jahren hat sich das einstige Intelligenzblatt, das überwiegend amtliche Bekanntmachungen, Heimatgeschichtliches und Unterhaltsames enthielt, zu einer modernen Tageszeitung gewandelt. Mit einer Auflage von täglich 12.500 Exemplaren ist der Gäubote überwiegend im südlichen Kreis Böblingen verbreitet, aber auch Leser in den benachbarten Landkreisen Tübingen und Calw schätzen die Tageszeitung mit Sitz in Herrenberg.

Der Verlag des Gäubote - die Theodor Körner KG - ist bis zum heutigen Tag in Familienbesitz. Zum 1. Januar 1919 hatte der damalige Landtagsabgeordnete Theodor Körner, der später auch Mitglied des Reichstags war, das Blatt von den Nachfolgern des Gründers Andreas Braun übernommen.

Haller Tagblatt

Das Haller Tagblatt, das zum Ulmer Verlag der Südwest Presse gehört, profitiert nun auch von deren Online-Kompetenz. Lokale Nachrichten stehen hierbei im Fokus. Über die Navigation können die User selbst auswählen, aus welchen Orten, Gemeinden oder Landkreisen Nachrichten angezeigt werden sollen. Zudem finden sich vertiefende Informationen und weiterführende Artikel zu jedem Thema.

Heilbronner Stimme

Die Heilbronner Stimme hat das Multimedia-Projekt „Heilbronn von unten“ gestartet. In einer Serie in der Zeitung sowie online unter www.hnxvu.de und www.stimme.de warfen die Stimme-Volontäre einen besonderen Blick unter die Stadt – mit Videos, interaktiven Grafiken, Audioaufnahmen, außergewöhnlichen Artikeln und mehr. Mehrere Monate lang sammelten die Volontäre auf eigene Initiative Ideen für eine Projektwoche, in der sie die Projektbeiträge im Volontärs-Camp recherchierten, drehten und schrieben. Das Ergebnis zeigt, wie sich Print und Online gegenseitig ergänzen und bereichern.

Mit vier neuen digitalen Produkten startete die Heilbronner Stimme/Hohenloher Zeitung und Kraichgau Stimme am 13. September 2013 eine digitale Offensive. In völlig neuem Gewand präsentiert sich die Homepage. Das neue Stimme.de Premium startete mit einer moderneren Oberfläche, einer höheren Aktualität von frühmorgens bis spät in die Nacht, den Inhalten aller Lokalausgaben, exklusiven Geschichten, Bildergalerien, Videos und vielem mehr.

Das Internetportal Jobstimme.de erweiterte sein Verbreitungsgebiet: Neben den Wirtschaftsräumen Stuttgart und Heilbronn Franken bietet die regionale Online-Stellenbörse des Medienunternehmens Heilbronner Stimme seit Oktober 2013 nun auch einen nahezu kompletten Marktüberblick für Pforzheim und Karlsruhe.

Leonberger Kreiszeitung

„Schönste Zeit“ heißt das neueste Sonderprodukt des Zeitungsverlags Leonberg. Das im Magazinstil aufgemachte A4-Offset-Heft soll vierteljährlich erscheinen und thematisiert die jahreszeitspezifischen Besonderheiten, gepaart mit entsprechenden Freizeit-, Reise- und Einkaufstipps.

Dazu gibt es journalistisch gehaltene Reportagen über Menschen, die in die jeweilige Jahreszeit hineinpassen. Sämtliche Geschichten und Servicestücke sind explizit lokal geprägt.

Mannheimer Morgen

Die Mannheimer Mediengruppe Dr. Haas startete am 22. Juli 2013 ihre neue Digitale Zeitung. Sie stellt eine grundlegende Weiterentwicklung des bisherigen ePapers ihrer sechs Tageszeitungstitel dar und ist ein weiterer Schritt in der Digitalstrategie des Mannheimer Medienhauses.

Mit der Digitalen Zeitung bietet das Mannheimer Unternehmen drei wesentliche Neuerungen. Erstens die Flexibilität, denn die Digitale Zeitung ist für iOS und Android auf Smartphone, Tablet und Desktop-PC und somit praktisch auf jedem Endgerät verfügbar. Basis für das mobile Angebot ist eine App, die über den AppStore von Apple und den Google Playstore erhältlich ist. Zweitens die Nutzerfreundlichkeit, die es ermöglicht, neben der klassischen Zeitungsoptik in eine für mobile Endgeräte optimierte Kachelansicht zu wechseln. Dem Nutzer stehen ergänzende Funktionen zur Verfügung wie eine intelligente Volltextsuche, ein Archiv, Kommentierungsfunktion oder das Teilen in sozialen Netzwerken. Drittens stehen dem Nutzer mit der Digitalen Zeitung zusätzliche Inhalte zur Verfügung, die über den Umfang eines klassischen ePapers weit hinausgehen. Der Nutzer kann in Artikeln zusätzliche Bilderstrecken, Videos und Verlinkungen aufrufen. Auch bei den eingebundenen Werbeanzeigen findet der Nutzer zusätzliche Bilderstrecken, Videos oder Verlinkungen. Ein wichtiger Mehrwert für Werbekunden, die nun erstmals digitale Werbeformate um eigene Zusatzinformationen anreichern können.

Die Anmeldung der neuen Digitalen Zeitung zur IVW-Zählung wurde abgelehnt. Die Begründung: das Angebot gehe zu weit über das 1:1-Abbild der Printausgabe hinaus.

Die Mannheimer Mediengruppe Dr. Haas hat zum 25. September 2013 für ihre regionalen Nachrichtenplattformen „morgenweb.de“ und „fnweb.de“ eine Paywall eingeführt. Nach dem sog. „metered model“ können künftig Besucher 20 Artikel kostenfrei lesen, bevor die Bezahl-schranke greift. Wer weiterlesen möchte, kann zwischen einem Tagespass (einmalig 1,79 Euro) oder dem Online-Abo (monatlich 4,99 Euro) wählen. Für Abonnenten der Digitalen Zeitung oder der Printausgabe ändert sich nichts. Sie können weiterhin sämtliche Inhalte kostenfrei nutzen.

Pforzheimer Zeitung

Mit einer Sonderveröffentlichung über die unterschiedlichsten Aktivitäten für Kinder und Jugendliche hat die Pforzheimer Zeitung das Zertifikat „Kindermedienland Baden-Württemberg“ eingeführt und ihren Lesern vorgestellt. Das Engagement der Pforzheimer Zeitung und der „Jakob-und-Rosa-Esslinger-Stiftung“ von Herausgeber Albert Esslinger-Kiefer gilt als beispielhaft für die Förderung junger Leser. Dazu gehören die tägliche Seite Kinder-PZ sowie die Projekte „PZ im Kindi“, „Schule trifft Zeitung“, „PZ im Unterricht“, die „JugendStil“-Bildungstage oder der Schreibwettbewerb „Club der jungen Dichter“.

Die Pforzheimer Zeitung hat ihre Aktivitäten im Digital-Bereich erneut ausgebaut und ihre App für ein weiteres Endgerät aufbereitet. Nachdem sich die PZ-App für iPhone, iPad sowie Android-Smartphones und -Tablets am Markt bereits erfolgreich etabliert hatte, ist nun der Kindle Fire hinzugekommen.

Reutlinger General-Anzeiger

Der Chefredakteur des Reutlinger General-Anzeiger, Christoph Irion, beendete seine lang-jährige Tätigkeit für den Reutlinger General-Anzeiger zum 31. Oktober 2013. Er hatte im September 2002 zunächst die Leitung des Ressorts Politik/Nachrichten übernommen, seit April 2005 war er gemeinsam mit Hartmut Troebbs Co-Chefredakteur beim Reutlinger General-Anzeiger. Irion hat zum Jahresbeginn 2014 die Geschäftsführung beim Christlichen Medienverbund KEP in Wetzlar (Hessen) übernommen.

Unter dem Titel „Alblust“ erschien im Januar 2013 erstmals ein neues, über 100 Seiten starkes Magazin über die Schwäbische Alb. Das Magazin wurde vom Verlag des Reutlinger General-Anzeiger gemeinsam mit dem artur-Verlag (Kirchentellinsfurt) entwickelt und erscheint in einer Auflage von 25.000 Exemplaren. Es ist am Kiosk erhältlich, der Verkaufspreis beträgt 4 Euro. Die zweite Ausgabe erschien im Oktober.

Valdo Lehari jr., Verleger und Geschäftsführer des Reutlinger General-Anzeiger und Vorsitzender des Verbandes Südwestdeutscher Zeitungsverleger, hat am 26. Juni 2013 seinen 60. Geburtstag gefeiert.

Geboren in Hage (Kreis Norden) studierte Lehari, nach dem Abitur in Reutlingen, in Freiburg Jura. Zwischen 1978 und 1982 beschäftigte er sich an der University of California, Berkeley, sowie an der Stanford Law School, Palo Alto, mit verfassungsrechtlichen und wirtschaftlichen Fragestellungen zur Rolle von Verlagen im privaten Rundfunk. Ab 1980 übernahm er Projektverantwortung im familieneigenen Unternehmen. 1983 ging Lehari zunächst für zwei Jahre als Assistent der Geschäftsleitung zum Bonner General-Anzeiger; zeitgleich verantwortete er im familieneigenen Unternehmen EDV und Bildschirmtext. 1985 kehrte er als Mitglied der Geschäftsleitung endgültig in das Reutlinger Verlagshaus zurück, dessen Geschäftsführer und Verleger er heute ist. Lehari war 1986 Gründungsgeschäftsführer von Radio RT4 (heute

Antenne 1) und 2000 Gründungsgeschäftsführer des Kooperationsprojektes Druckzentrum Neckar-Alb, Reutlingen.

Valdo Lehari jr. ist seit 2001 Vorsitzender des Verbands Südwestdeutscher Zeitungsverleger; im Mai 2013 wurde er auf der VSZV-Jahrestagung in Ravensburg wiederum einstimmig für weitere zwei Jahre im Amt bestätigt. Auch auf europäischer Ebene ist Lehari unermüdlicher Streiter für die Verlags- und Medienbranche und leidenschaftlicher Lobbyist für die Pressefreiheit: 2006 wurde er in Berlin zum Präsidenten des Europäischen Zeitungsverlegerverbandes gewählt, seit 2010 ist er, nach der gemäß Verbandsstatuten maximalen Amtszeit von vier Jahren, dessen Vizepräsident.

Lehari jr. ist darüber hinaus Mitglied des Erweiterten Präsidiums des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger sowie seit 1993 Vorsitzender des Verbands Privater Rundfunkanbieter Baden-Württemberg. Zu seinem weiteren Engagement gehören neben seinen Tätigkeiten unter anderem im ZDF-Fernsehrat sowie im Aufsichtsrat der Deutschen Presse-Agentur zahlreiche Aufgaben in Ausschüssen auf Bundes-, Landes- und regionaler Ebene, hier auch im Kollegium der Industrie- und Handelskammer Reutlingen.

2010 wurde der GEA-Chef in den Kreis der Ehrensenatoren der Universität Tübingen aufgenommen. Im vergangenen Jahr verlieh Ministerpräsident Winfried Kretschmann Valdo Lehari jr. für sein vielfältiges, ebenso gesellschaftliches und soziales Engagement den Verdienstorden des Landes Baden-Württemberg.

Am 11. November 1888 erschien in Reutlingen die erste Ausgabe des „General-Anzeiger“. Aus der Ein-Mann-Gründung des Verlegers und Redakteurs Julius Schauwecker entwickelte sich in 125 Jahren bis heute ein breit aufgestelltes Medienhaus mit zahlreichen Produkten und Unternehmensbeteiligungen. Was bei allen Entwicklungen unverändert blieb, ist der Status eines Familienbetriebs. Von 1912 bis 1985 war Eugen Lachenmann die überragende Verleger- und Unternehmerpersönlichkeit des GEA, seit 1933 Alleineigentümer. Nach dem Schwiegersohn Lachenmanns, Valdo Lehari, führt heute dessen Sohn Valdo Lehari jr. als Verleger und Geschäftsführer das Unternehmen.

Mit einem offiziellen Festakt und zahlreichen Gästen feierte der Reutlinger General-Anzeiger am 16. November 2013 seinen 125. Geburtstag.

Rhein-Neckar-Zeitung

Die Rhein-Neckar-Zeitung (Heidelberg) erschien in der Doppelausgabe 31.Oktober/1. November 2013 nur mit guten Nachrichten. „Wir wollen unseren Lesern zeigen, dass Journalismus auch für positive Inhalte steht“, begründete Chefredakteur Dr. Klaus Welzel die ungewöhnliche Aktion. Schon auf der Titelseite wies der Verlag deutlich darauf hin, dass „so viel gute Nachrichten wie möglich“ abgedruckt werden. Ergänzend erarbeitete die Redaktion ein großes Angebot, das positiv besetzte Themen im Lokalteil mit überregionalen Storys zusammenführte. Zudem wurden sämtliche Korrespondenten der Zeitung gebeten, aus ihren Ländern das jeweils Positive aufzuzeigen.

Schwäbische Post und Gmünder Tagespost

Lars Reckermann wurde neuer Chefredakteur der Schwäbischen Post und der Gmünder Tagespost. Er folgt auf Dr. Rainer Wiese, der altersbedingt aus dieser Funktion ausgeschieden ist. Die Schwäbische Post und ihre Schwesterzeitung, die Gmünder Tagespost, aus dem Verlag SDZ. Druck und Medien sind die meistgelesenen Titel im Ostalbkreis.

Schwäbische Zeitung

Das Medienhaus ist am 2. Februar 2013 von Leutkirch im Allgäu nach Ravensburg umgezogen und rückt damit ins Zentrum des Verbreitungsgebiets der Schwäbischen Zeitung. Im gläsernen Neubau in der Innenstadt sind künftig alle Medien von Schwäbisch Media zusammengeführt: die Mantelredaktion sowie die Lokalredaktion Ravensburg, das Onlineportal „schwäbische.de“, der Fernsehsender „Regio TV“, das Anzeigenblatt „INFO, der Südfinder“ sowie die regionalen SpecialInterestMagazine. Hinzu kommen alle zentralen Funktionsbereiche von Schwäbisch Media - von der Geschäftsführung über Marketing und Vertrieb bis hin zu Personal, Controlling und IT. Das Herzstück des neuen Medienhauses an der Ravensburger Karlstraße ist der Newsroom modernsten Zuschnitts.

Rund 350 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben in Ravensburg ihren Arbeitsplatz. Dazu zählen auch die Mitarbeiter von Regio TV Friedrichshafen, die Ende Februar 2013 in den Neubau eingezogen sind. Die Nutzfläche des Gebäudes liegt bei 5.764 Quadratmetern. Hinzu kommen Terrassenflächen mit rund 700 Quadratmetern, die bei entsprechender Wetterlage zur Arbeit, aber auch zur Kommunikation und Entspannung genutzt werden können. Im Untergeschoss bietet eine Tiefgarage Platz für etwa 100 Fahrzeuge. Sportmöglichkeiten und Betriebskindergarten sind in unmittelbarer Nähe. Für die Ravensburger Bevölkerung dürfte der Erdgeschossbereich von besonderem Interesse sein. Hier gibt es neben einem großzügigen Foyer einen Veranstaltungsbereich, das Regio TVStudio sowie die Cafeteria „Presse-Cafe“.

Architekt des Neubaus ist der Niederländer Wiel Arets. Das von ihm konzipierte Gebäude besteht aus fünf auf der unteren Ebene miteinander verbundenen Bürokuben, die an die klare Bauhausarchitektursprache und an die Arbeiten der Ulmer Hochschule für Gestaltung anknüpfen. Nach außen symbolisiert das Gebäude mit seiner umlaufenden Glasfassade gleichzeitig die Offenheit und die Vielfalt des Unternehmens. Vertreter der Stadt lobten vor allem die gelungene städtebauliche Einbindung. Baden-Württembergs Ministerpräsident Winfried Kretschmann hat den Neubau am 10. Mai 2013 offiziell eröffnet. Eine Woche später hielt der VSZV seine Jahrestagung im neuen Gebäude ab. Am 16. Juni 2013 war Tag der Offenen Tür.

Die Schwäbische Zeitung hat ihr App-Angebot neu konzipiert: Mit PaperApp und LiveApp stehen den Usern nun zwei neue und unterschiedliche Angebote für das iPad zur Verfügung. Eine Android-Version sowie die Variante für Smartphones werden folgen.

Die neue LiveApp wurde für Nutzer entwickelt, die in der Online-Welt zuhause sind und sich rund um die Uhr auf dem Laufenden halten, was in der Region und darüber hinaus geschieht. Der Redaktionsschluss ist damit passé: Die LiveApp wird rund um die Uhr aktualisiert. Exklusiv für die LiveApp werden zusätzlich Bildergalerien, vertonte Bilderstrecken, interaktive Karten, Videos und Podcasts produziert. Letztere vom Tochterunternehmen Regio TV, das nun ebenfalls im Neubau des Medienhauses in Ravensburg beheimatet ist, so dass die medienübergreifende Content-Erstellung aus einer Hand unter einem Dach möglich ist. Hinzu kommen in der LiveApp Interviews, Analysen und Kommentare der Reporter in der Region sowie der Korrespondenten aus aller Welt.

Die neue PaperApp hat die optische Anmutung der gedruckten Tageszeitung, kombiniert mit den Vorzügen ständiger Verfügbarkeit, bequemer Navigation und Archivierung: Im erstmals verfügbaren Archiv lassen sich alte Ausgaben ablegen – ein häufig geäußerter Leserwunsch. Eine neue Ausgabe der PaperApp steht jeweils von Montag bis Samstag von 5 Uhr an im Zeitungskiosk auf dem iPad bereit. Die Vorgängerversion der PaperApp wurde 2011 vom Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien, WAN-IFRA, als beste deutsche kostenpflichtige Content-App ausgezeichnet.

Entwickelt wurden die neuen Apps gemeinsam mit dem Pforzheimer Software-Unternehmen Meyle+Müller. Programmiert wurde unter anderem in der modernen Sprache HTML5. Das erleichtert die Übertragung der App auf weitere Plattformen.

Schwäbisch Media hat sein Spektrum an Dienstleistungen vergrößert und bietet von nun an Social-Media-Beratung für regionale Unternehmen. Für diese neue Leistung kooperiert Schwäbische Zeitung Online im Rahmen eines einjährigen Pilotprojekts mit der Langenargener Social-Media-Marketing-Agentur "Junge mit Ideen". Das Medienhaus übernimmt dabei den Vertrieb, die Agentur mit ihren beiden Gründern Moritz Kempf und Sanya Zillich die Umsetzung. Das Angebot zielt auf Neu- und Bestandskunden von Schwäbisch Media ab, das in den Feldern Print (Schwäbische Zeitung, Anzeigen- und Amtsblätter, Special-Interest-Magazine), Online (Schwäbische.de sowie mobile Lösungen), Rundfunk (Regio-TV-Gruppe sowie Beteiligung an Radiosendern) und Dienstleistungen (Briefzustellung bspw.) aktiv ist.

Schwarzwälder Bote

Klaus Siegmeier schied zum 31. Januar 2013 auf eigenen Wunsch aus der Schwarzwälder Bote Redaktionsgesellschaft mbH aus und zog sich ins Private zurück. Der Verleger des Schwarzwälder Boten, Dr. Richard Rebmann, dankte ihm für seine über 30-jährige engagierte Mitarbeit in unterschiedlichen verantwortungsvollen Positionen, zuletzt als Chefredakteur und Geschäftsführer der Redaktionsgesellschaft.

Die Nachfolge als Geschäftsführer der Schwarzwälder Bote Redaktionsgesellschaft übernahmen Hans-Peter Schreijäg und Martin Wagner. Beide Herren wurden gleichzeitig zu Chefredakteuren berufen, wobei Hans-Peter Schreijäg wie bisher das Ressort Nachrichten leitet und Martin Wagner das Ressort Lokales.

Stuttgarter Zeitung / Zeitungsgruppe Stuttgart

Die zur Südwestdeutschen Medienholding gehörende Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft mbH hat sich von ihrer 50%-Beteiligung an der Märkisches Verlags- und Druckhaus GmbH & Co. KG (MVD) getrennt. Die Anteile gingen an die Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG (NPG) in Ulm, die bereits über eine 50%-Beteiligung an der MVD verfügt und somit zur Alleingesellschafterin wird. Zur MVD gehören die Tageszeitungen Märkische Oderzeitung und Oranienburger Generalanzeiger sowie die auflagenstarken Anzeigenblätter Märkischer Sonntag, Brawo, Märkischer Markt und Märker, deren Verbreitungsgebiete im östlichen Brandenburg liegen und dabei das Stadtgebiet Berlin umschließen.

Mit einem Wechsel in der Geschäftsführung und neuem Verlagsleiter richtete die Stuttgarter Wochenblatt GmbH (STW) ihre Vermarktungsaktivitäten neu aus. Seit April 2013 leitet der Geschäftsführer der Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung GmbH (STZW), Bernhard H. Reese, auch die Stuttgarter Wochenblatt GmbH. Der bisherige Geschäftsführer des Stuttgarter Wochenblattes, Tobias Zimmermann, hat zur Rheinischen Post Mediengruppe in Düsseldorf gewechselt.

Südwest Presse

Seit Ende September 2013 bietet die Südwest Presse in allen Lokalzeitungen neue digitale Angebote an. Die eZeitung im Original-Layout der gedruckten Tageszeitung können Interessierte 14 Tage lang kostenlos und unverbindlich auf dem Tablet oder am PC/Mac testen. Die Tageszeitung kostet digital soviel wie gedruckt. Die Philosophie: Bezahlt wird der Inhalt, nicht der Vertriebskanal. Die Einführung der Digital-Abos wurde mit einer großen Werbekampagne mit Plakaten, Radiospots, Facebook Advertising, Google AdWords, Print- und Online-Anzeigen sowie interaktiven Infoterminals in den Empfangsbereichen der Geschäftsstellen

begleitet (nachzulesen unter: suedwestpresse.de/digitalabo-kampagne2013). Tausende Leser haben die eZeitung getestet. Viele konnten vom neuen Angebot überzeugt werden.

Parallel zu den neuen digitalen Angeboten wurde auch ein Bezahlmodell für das Nachrichtenportal suedwestpresse.de eingeführt. Nur die Anzeigenmärkte (z.B. Immobilien-, Auto- oder Stellenmarkt) sind davon ausgenommen. Abonnenten des Web-Abos erhalten vollständigen Zugriff auf alle Inhalte. Seitens der User gab es kaum Beschwerden oder Kritik hinsichtlich der Bezahlschranke. Die Reichweite auf suedwestpresse.de ist trotz der Einführung von Paid Content um rund 30 % zum Vorjahr gestiegen.

Nachdem die restlichen 50 % der Anteile an der Märkisches Verlags- und Druckhaus GmbH & Co. KG (MVD) von der Stuttgarter Zeitung erworben wurden, ist die Neue Pressegesellschaft nun Alleingesellschafterin der MVD in Frankfurt/Oder. Zur MVD gehören die Märkische Oderzeitung (MOZ) mit einer verkauften Auflage von 81.979 (IVW II/2013) und der Oranienburger Generalanzeiger mit insgesamt 20.902 Exemplaren (IVW II/2013). Die gesamte Wochenblattauflage der insgesamt vier Titel beträgt rund 1,1 Mio.

Insgesamt wuchs die Neue Pressegesellschaft um rd. 550 Mitarbeiter. Die MOZ wird bis zur Jahresmitte 2014 einen Teil ihrer Mantelredaktion nach Berlin verlagern und eine Bürogemeinschaft mit dem Korrespondentenbüro der Südwest Presse bilden. Zudem investiert die Neue Pressegesellschaft in den Druckstandort Frankfurt/Oder.

2013 hat die Neue Pressegesellschaft zudem die Anteile der Gesellschafter Pförtner und E. Wankmüller am Hohenloher Tagblatt übernommen und verfügt damit über 90 % der Anteile an der Hohenloher Druck- und Verlagshaus Verlag Hohenloher Tagblatt Richter und Gebrüder Wankmüller GmbH & Co. KG.

Im Bereich Marketing hat die Neue Pressegesellschaft die Gattungsmarketing-Kampagne mit dem Claim „Zeitung kann mehr“ entwickelt. Mit einer einheitlichen Werbekampagne der Zeitungsverlage kann verdeutlicht werden, dass Zeitungen längst nicht mehr nur papiergebundene sondern multimediale Angebote sind. Egal ob auf Papier gedruckt, als PDF verschickt, oder auf dem Bildschirm angeboten, Zeitung steht synonym für guten, seriösen Journalismus dem die Menschen vertrauen. Weiterführende Informationen gibt es unter: www.zeitung-kann-mehr.de

Südkurier

Zeitung macht Schüler fitter im Unterricht – und im Leben. Dies ist das Ergebnis einer Pilotstudie des Instituts für Demoskopie (IfD) in Allensbach. Über ein ganzes Jahr begleitete das Institut im Auftrag des Südkurier den Einsatz der Zeitung im Unterricht. Partner dieses Pilotprojekts war das Gymnasium in Engen.

Die Studie untersuchte die Verwendung der Zeitung im Unterricht mit je zwei Klassen der Klassenstufen 8, 9 und 10. Zu Beginn und am Ende des Schuljahres wurden Schüler und Lehrer zu verschiedenen Themenbereichen befragt.

Das Ergebnis der Studie liegt nun vor: Wenn der Südkurier im Unterricht häufiger eingesetzt wurde, fühlten sich Schüler überdurchschnittlich gut informiert, die Zeitung wurde von den Schülern als Hilfe im Unterricht wahrgenommen. Wurde der Südkurier im Unterricht aktiv eingesetzt, verbesserte die Zeitung bei den Schülern das Verständnis von regionalen und überregionalen Themen aus Politik und Gesellschaft. Das Bewusstsein der Schüler, als Bürger Einfluss auf das Geschehen vor Ort nehmen zu können, entwickelte sich bei intensiver Nutzung der Zeitung im Unterricht.

Die positiven Signale, die von der Studie ausgehen, lassen den aktiven Einsatz der Zeitung im Unterricht als unbedingt lohnenswert erscheinen.

Das Südkurier Medienhaus am Bodensee vermeldet eine weitere Erfolgsgeschichte: „SK Plus“ nennt sich das neue Online-Angebot, das nach Angaben des Medienhauses innerhalb kürzester Zeit über 1.000 zahlende Mitglieder verzeichnet.

Weinheimer Nachrichten

Am 2. Mai 1863 erschien zum ersten Mal der Weinheimer Anzeiger. 150 Jahre später nahmen die Weinheimer Nachrichten und die Odenwälder Zeitung ihre Leserinnen und Leser mit auf eine Zeitreise. In einer 60-seitigen Jubiläumsbeilage zeigte die Lokalredaktion, wie sich die Kommunen an der Bergstraße und im Odenwald in dieser Zeit entwickelt haben.

Zollern-Alb-Kurier

Klaus Irion (43) wurde mit Wirkung vom 1. März 2013 zum stellvertretenden Chefredakteur des Zollern-Alb-Kurier in Balingen berufen. Irion wechselte im Jahre 2008 von der Horber Redaktion des Schwäbischen Tagblatts zum Zollern-Alb-Kurier. Beide Zeitungen beziehen ihre Mantelteile von der Südwest Presse in Ulm. Mit der Berufung Irions zum Stellvertreter von Chefredakteur Karl-Otto Müller (57) dokumentiert das Verlagshaus Hermann Daniel als Herausgeber des mittlerweile 164 Jahre alten Lokalblattes Zollern-Alb-Kurier seine der Leserschaft eng verbundene Rolle als Lokalzeitung für den Zollernalbkreis.

XII. Gremien und Ehrenämter

Stand 31.12.2013

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	
Wolfgang Poppen	Badische Zeitung	
Dr. Kurt Sabathil	Schwäbische Zeitung	
Ullrich Villinger	Zeitungsverlag Waiblingen	
Rainer Wiesner	Südkurier	
Stephan Bourauel	VSZV	Geschäftsführer
Konrad A. Theiss	Aalen	Ehrevorsitzender
Eberhard Ebner	Südwest Presse	Kooptiertes Mitglied
Dr. Richard Rebmann	Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten/Schwarzwälder Bote	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
Eberhard Ebner	Südwest Presse	
Konrad A. Theiss	Aalen	

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

Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik

Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen	Vorsitzender
Peter Bender	Schwäbische Zeitung	
Tilman Distelbarth	Heilbronner Stimme	
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	Südwestdeutsche Medienholding GmbH	
Heinz-Uwe Vogel	Schwäbische Post	
Stephan Bourauel	VSZV	
Ines Freitag	VSZV	
Ralf Wetzel	VSZV	

Anzeigenausschuss

Dr. Kurt Sabathil	Schwäbische 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	
Michael Hollfelder	Pforzheimer Zeitung	
Kevin Jetter	Zollern-Alb-Kurier	
Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger	
Bernhard H. Reese	Stuttgarter Zeitung	
Hans-Carsten Steensen	Schwarzwälder Bote	
Ralph Strickler	Badische Zeitung	
Oliver Vollmer	Eßlinger Zeitung	
Hans-Ulrich Wetzel	Mühlacker Tagblatt	
Martin Wilhelm	Heidenheimer Zeitung	
Stephan Bourauel	VSZV	
Ines Freitag	VSZV	

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	
Jan Halpape	Schwäbische Zeitung	
Matthias Kiechle	Südkurier	
Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger	
Alexander Kratzer	Stuttgarter Zeitung	
Markus Langer	Badisches Tagblatt	
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	
Thomas Löbel	Mannheimer Morgen	
Manfred Neufang	Badische Zeitung	
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	
Martin Bopp	Südwest Presse	
Diana Dietrich	Heilbronner Stimme	
Joachim Eggert	Reutlinger General-Anzeiger	
Josef Jasper	Haller Tagblatt	
Ronald Koppelt	Schwäbische Zeitung	
David Lämmel	Mannheimer Morgen	
Gertraud Otero	Vaihinger Kreiszeitung	
Gertraud Paul	Stuttgarter Zeitung	
Egon Ruf	Schwäbisches Tagblatt	
Wolfgang Schenk	Eßlinger Zeitung	
Sebastian Stier	Südkurier	
Ullrich Villinger	Zeitungsverlag Waiblingen	
Thomas Zehnle	Badische Zeitung	
Stephan Bourauel	VSZV	
Ines Freitäger	VSZV	

Arbeitsgruppe Facebook-Benchmarking

Sibille Baier	Südwest Presse
Florian Budnik	Stuttgarter Zeitung
Tobias Dambacher	Schwäbische Post
Dr. Stefan Dierkes	Schwäbische Post
Yannick Dillinger	Schwäbische Zeitung
Ludwig Ederle	Heilbronner Stimme
Petra Fecht	Ludwigsburger Kreiszeitung
Werner Flachs	Pforzheimer Zeitung
Jan Halpape	Schwäbische Zeitung
Hanna Hecht	Schwäbische Zeitung
Martin Jungfer	Südkurier
Matthias Kiechle	Südkurier
Alexander Kratzer	Stuttgarter Zeitung
Thomas Kurtz	Pforzheimer Zeitung
Thomas Löbel	Mannheimer Morgen
Clara Mathes	Heilbronner Stimme
Christiane Noffke	Mannheimer Morgen
Carmen Oberweis	Ludwigsburger Kreiszeitung
Anne-Kathrin Schneider	Zeitungsverlag Waiblingen
Timo Wöhrle	Südwest Presse
Steffen Wolf	Südwest Presse
Ines Freitag	VSZV

Arbeitsgruppe Außendienstqualifizierung

Oliver Vollmer	Eßlinger Zeitung	Vorsitzender
Wolfgang Dieter	Schwäbisches Tagblatt	
Michael Hollfelder	Pforzheimer Zeitung	
Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger	
Dietmar Merz	Die Oberbadische	
Katrin Spies	Mannheimer Morgen	
Udo Kretschmer	Zeitungsverlag Waiblingen	

Arbeitsgruppe Benchmarkvergleich

Reinhard Hofer	Schwäbische Zeitung	Vorsitzender
Michael Beyer	Südkurier	
Martin Kufner	Heilbronner Stimme	
Jutta Lindner	Mannheimer Morgen	
Hans-Carsten Steensen	Schwarzwälder Bote	

Arbeitsgruppe Gattungsmarketing

Dr. Thomas Baumann	Südwest Presse	Vorsitzender
Stephan Bourauel	VSZV	
Gerhard Haeberle	Mannheimer Morgen	
Marc Haselbach	Schwäbische Post	
Reinhard Hofer	Schwäbische Zeitung	
Hans-Ulrich Wetzel	Mühlacker Tagblatt	

Arbeitsgruppe Preisliste und Restplatzvermarktung

Michael Hollfelder	Pforzheimer Zeitung	Vorsitzender
Stefan Hörig	Badisches Tagblatt	
Doris Horwedel	Mannheimer Morgen	
Klaus-Ulrich Koch	Heidenheimer Zeitung	
Matthias Köstner	Fränkische Nachrichten	
Aiste Philipp	Heilbronner Stimme	
Ralph Strickler	Badische Zeitung	
Martin Wilhelm	Heidenheimer Zeitung	
Dr. Gerd Waldenmaier	Schwäbisches Tagblatt	

Arbeitsgruppe Produktentwicklung

Tillmann Adam	Nürtinger Zeitung/Wendlinger Zeitung
Wolfgang Altmann	Pforzheimer Zeitung
Silvio Bernadowitz	Kreiszeitung Böblinger Bote
Anja Bührle	Schwäbische Post/Gmünder Tagespost
Kornelije Casni	Kreiszeitung Böblinger Bote
Tanja Dehner	Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung
Bettina Holzwarth	Geislinger Zeitung
Bernd Köhle	Der Teckbote
Udo Kretschmer	Zeitungsverlag Waiblingen
Tobias Lehmann	Südwest Presse
Dietmar Merz	Die Oberbadische
Bernd Maier	Schwarzwälder Bote
Markus Hahn	Hohenzollerische Zeitung
Sandra Pfau	Sindelfinger Zeitung/Böblinger Zeitung
Aiste Philipp	Heilbronner Stimme
Carina Preiß	Heidenheimer Zeitung
Alexander Rist	Reutlinger General-Anzeiger
Wolfgang Schlösser	Weinheimer Nachrichten
Lisa Sporys	Ludwigsburger Kreiszeitung
Silke Thiele	Hohenloher Tagblatt
Oliver Vollmer	Eßlinger Zeitung

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	
Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung	
Wolfgang Poppen	Badische Zeitung	oder
Rainer Wiesner	Südkurier	

Stellvertretende Delegierte

Wolfgang Poppen	Badische Zeitung	oder
Rainer Wiesner	Südkurier	
Dr. Kurt Sabathil	Schwäbische Zeitung	
Ullrich Villingner	Zeitungsverlag Waiblingen	
Albert Esslinger-Kiefer	Pforzheimer Zeitung	
Monika Krichenbauer	Nürtinger Zeitung	
Stefan Gläser	Bietigheimer Zeitung	
Eberhard Ebner	Südwest Presse	
Dr. Wolfgang Röhm	Sindelfinger Zeitung	
Ulrich Gottlieb	Der Teckbote	
Gerhard Ulmer	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Hans-Ulrich Wetzel	Mühlacker Tagblatt	
Alexander Frate	Schwäbisches Tagblatt	
Axel Ziegler	SWP/Die Neckarquelle	
Stephan Bourauel	VSZV	

Anzeigenausschuss

Bernhard H. Reese
Dr. Kurt Sabathil

Stuttgarter Zeitung
Schwäbische Zeitung

Stellvertreter

Kevin Jetter
Stephan Körting

Zollern-Alb-Kurier
Reutlinger General-Anzeiger

Vertriebsausschuss

Gertraud Paul
Thomas Zehnle

Stuttgarter Zeitung
Badische Zeitung

Stellvertreter

Joachim Eggert

Reutlinger General-Anzeiger

Sozialpolitischer Ausschuss

Tilmann Distelbarth
Dr. Björn Jansen

Heilbronner Stimme
Mannheimer Morgen

Stellvertreter

Valdo Lehari jr.
Stephan Bourauel

Reutlinger General-Anzeiger
VSZV

Finanzbeirat

Dr. Christine Bechtle-Kobarg

Eßlinger Zeitung

Stellvertreterin

Monika Krichenbauer

Nürtinger Zeitung

Arbeitsgruppe Digital

Alexander Kratzer
Valdo Lehari jr.
Manfred Neufang
Matthias Schlecht
Rainer Wiesner
Stephan Bourauel

Stuttgarter Zeitung
Reutlinger General-Anzeiger
Badische Zeitung
Kreiszeitung Böblinger Bote
Südkurier
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

Dr. Verena Ehrlicher	Badische Zeitung
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger
Dr. Holger Paesler	Südwest Presse
Malte Wagner	Südwestdeutsche Medienholding GmbH
Stephan Bourauel	VSZV

Arbeitsgruppe Öffentlichkeitsarbeit

Joachim Dorfs	Stuttgarter Zeitung
---------------	---------------------

Arbeitsgruppe Medienkaufmännische Aus- und Weiterbildung

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

Arbeitsgruppe Steuern

Matthias Bikowski	Südwest Presse
Christian Mehnert	Südwestdeutsche Medienholding GmbH
Torsten Schoo	Heilbronner Stimme

Arbeitsgruppe Papier

Johannes Degen	Stuttgarter Zeitung
----------------	---------------------

Andere Gremien

ENPA - European Newspaper Publishers' Association

Exekutivkomitee und Board

Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	Past- u. Vize-Präsident
------------------	-----------------------------	-------------------------

WAN-IFRA - World Association of Newspapers and News Publishers

Exekutivkomitee und Board

Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger
------------------	-----------------------------

Deutsche UNESCO-Kommission

Dr. Brigitte Weyl	Universitätsverlag Konstanz	Ehrenmitglied
-------------------	-----------------------------	---------------

dpa Deutsche Presse Agentur GmbH

Aufsichtsrat

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
-------------------	--

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	

Landesanstalt für Kommunikation (LFK)

Medienrat

Stephan Bourauel	für VSZV und SZV	stv. Vorsitzender
------------------	------------------	-------------------

Hochschule der Medien (HdM)

Beirat

Stephan Bourauel	VSZV
------------------	------

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
Bernhard H. Reese

Mannheimer Morgen
Stuttgarter Zeitung

stv. Vorsitzender

Projektgruppe „Marktentwicklung und Medialeistung, M & M“

Bernhard H. Reese

Stuttgarter Zeitung

Projektgruppe „TOP 100“

Gerhard Haeberle
Anita Benesch

Mannheimer Morgen
Stuttgarter Zeitung

stv. Leiter

Projektgruppe „ZeitungKreativ“

Dr. Björn Jansen
Ralph Strickler

Mannheimer Morgen
Badische Zeitung

Projektgruppe „Online-Vermarktung“

Martin Küfner

Heilbronner Stimme

XIII. Wir betrauern

Markus Bleistein

ehemals Chefredakteur der Eßlinger Zeitung
verstorben am 14. November 2013
im Alter von 54 Jahren

XIV. Wir gratulierten

Geburtstage

90 Jahre

Helmut Eckoldt

Persönliches Mitglied im VSZV
am 3. Oktober 2013

75 Jahre

Meinrad Sigg

Verleger der Rems-Zeitung, Schwäbisch Gmünd
am 2. Januar 2013

70 Jahre

Manfred Gläser

Herausgeber der Bietigheimer Zeitung
am 7. Juli 2013

70 Jahre

Dr. Dietmar Greiser

Verleger und Geschäftsführer des Badischen Tagblatts, Rastatt
am 2. Februar 2013

65 Jahre

Klaus Jetter

Verleger des Zollern-Alb-Kurier, Balingen
am 7. Juni 2013

60 Jahre

Valdo Lehari jr.

Verleger und Geschäftsführer des Reutlinger General-Anzeigers
und Vorsitzender des VSZV
am 26. Juni 2013

Jubiläen

225 Jahre

Haller Tagblatt, Schwäbisch Hall

175 Jahre

Gäubote, Herrenberg

175 Jahre

Hohenloher Tagblatt, Crailsheim

150 Jahre

Alb-Bote, Münsingen

150 Jahre

Weinheimer Nachrichten, Weinheim

125 Jahre

Reutlinger General-Anzeiger, Reutlingen

XV. Daten zur Tagespresse in Baden-Württemberg

Auflagenhöhen der Tageszeitungen in Baden-Württemberg

Stand: 31.12.2013

Zeitung	Verlagsort	verk. Auflage - IVW	
		IV/2013	IV/2012
Mitglieder			
Schwäbische Zeitung	Leutkirch	171.906	(171.627)
Badische Zeitung	Freiburg	144.967	(144.149)
Stuttgarter Zeitung	Stuttgart	131.238	(136.541)
Südkurier	Konstanz	128.051	(128.553)
Südwest Presse	Ulm/Donau	122.863	(125.033)
Schwarzwälder Bote	Oberndorf	95.967	(96.747)
Rhein-Neckar-Zeitung	Heidelberg	88.644	(87.442)
Heilbronner Stimme	Heilbronn	87.222	(87.952)
Mannheimer Morgen	Mannheim	74.988	(78.089)
Stuttgarter Nachrichten	Stuttgart	59.012	(60.728)
Waiblinger Kreiszeitung	Waiblingen	41.779	(42.241)
Schwäbisches Tagblatt	Tübingen	41.394	(41.519)
Reutlinger General-Anzeiger	Reutlingen	39.394	(40.006)
Ludwigsburger Kreiszeitung	Ludwigsburg	37.773	(38.158)
Pforzheimer Zeitung	Pforzheim	36.531	(37.720)
Badisches Tagblatt	Baden-Baden	33.747	(34.141)
Eßlinger Zeitung	Esslingen	33.125	(33.757)
Fränkische Nachrichten	Tauberbischofsheim	25.868	(26.499)
Schwäbische Post	Aalen	24.159	(24.702)
Weinheimer Nachrichten	Weinheim	21.903	(22.089)
Nürtinger Zeitung	Nürtingen	20.439	(20.873)
Heidenheimer Zeitung	Heidenheim	19.287	(19.747)
Zollern-Alb-Kurier	Balingen	17.931	(18.505)
Haller Tagblatt	Schwäbisch Hall	17.047	(17.228)
Kreiszeitung Böblinger Bote	Böblingen	16.406	(16.722)
Backnanger Kreiszeitung	Backnang	15.955	(16.248)
Die Oberbadische	Lörrach	15.645	(16.135)
Der Teckbote	Kirchheim/Teck	14.672	(15.076)
Rems-Zeitung	Schwäbisch Gmünd	13.857	(14.230)
Metzinger-Uracher Volksblatt	Metzingen	12.009	(12.093)
Geislinger Zeitung	Geislingen	11.866	(12.302)
Gäubote	Herrenberg	11.801	(11.551)
Bietigheimer Zeitung	Bietigheim	11.645	(11.974)
Sindelfinger Zeitung	Sindelfingen	11.520	(11.935)
Übertrag:		1.650.611	(1.672.312)

Zeitung	Verlagsort	verk. Auflage - IVW	
		IV/2013	IV/2012
Übertrag:		1.650.611	(1.672.312)
Gmünder Tagespost	Schwäbisch Gmünd	9.819	(9.968)
Lahrer Zeitung	Lahr	9.151	(9.532)
Cannstatter Zeitung	Stuttgart-Bad Cannstatt	8.917	(9.348)
Mühlacker Tagblatt	Mühlacker	7.663	(7.747)
SWP/Die Neckarquelle	Villingen-Schwenningen	7.505	(7.674)
Vaihinger Kreiszeitung	Vaihingen/Enz	7.343	(7.173)
Heidenheimer Neue Presse	Heidenheim	6.079	(6.281)
Zollern-Alb-Kurier	Albstadt-Tailfingen	3.185	(3.273)
Eberbacher Zeitung	Eberbach	2.338	(2.452)
Schwarzwälder Post (3x)	Zell/Harmersbach	2.300	(2.300)
Murrhardter Zeitung	Murrhardt	2.288	(2.362)
Auflagenhöhe Mitglieder:		1.717.199	(1.740.422)
Nichtmitglieder			
Badische Neueste Nachrichten	Karlsruhe	128.398	(130.825)
Offenburger Tageblatt	Offenburg	37.383	(38.955)
Acher-Rench-Zeitung	Oberkirch	12.071	(12.487)
Auflagenhöhe Nichtmitglieder:		177.852	(182.267)
Auflagenhöhe aller Tageszeitungen in Baden-Württemberg:		1.895.051	(1.922.689)

Mitgliederstand

	Mitgliedsverlage	verk. Auflage IVW
am 31.12.2012	50 *	1.740.422
am 31.12.2013	50 *	1.717.199
* davon 5 Verlage über Südwest Presse		
Ehrenvorsitzender: Konrad A. Theiss		
Persönliche Mitglieder: Jürgen Dannenmann, Helmut Eckoldt, Gregor Stemmle, Dr. Brigitte Weyl		

Auflagenentwicklung aller Tageszeitungen in Baden-Württemberg 1980 - 2013

(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 %
2013	1.895.051	./.	27.638 =	./.	1,44 %

Die Tageszeitungen in Auflagengruppen

Die von den 48 Verlagen am 31.12.2013 herausgegebenen Zeitungen verteilen sich auf folgende Auflagengruppen:

Auflagengruppe	Zahl der Zeitungen*		verkaufte Auflage	
			IV/2013	IV/2012
bis 5.000	4	(4)	10.111	(10.387)
5.001 bis 10.000	7	(7)	56.477	(57.723)
10.001 bis 25.000	17	(17)	268.213	(273.897)
25.001 bis 50.000	9	(9)	326.994	(332.996)
50.001 bis 125.000	6	(5)	528.696	(410.958)
über 125.000	5	(6)	704.560	(836.728)
	48	(48)	1.895.051	(1.922.689)

In der Gruppe "bis 5.000" erscheint eine Zeitung 3 x wöchentlich.
* in Klammern: 2012

Die Tagespresse in Baden-Württemberg

Stand: 31.12.2013

Publizistische Einheiten			
Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion ohne Partnerverlage			
			verk. Auflage IVW IV/2013
1	Schwäbische Zeitung, Leutkirch		171.906
2	Badische Zeitung, Freiburg		144.967
3	Stuttgarter Zeitung, Stuttgart		131.238
4	Badische Neueste Nachrichten, Karlsruhe		128.398
5	Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg		88.644
6	Heilbronner Stimme, Heilbronn		87.222
7	Reutlinger General-Anzeiger, Reutlingen		39.394
8	Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg		37.773
9	Pforzheimer Zeitung, Pforzheim		36.531
10	Badisches Tagblatt, Baden-Baden		33.747
Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion und Partnerverlagen			
11	Stuttgarter Nachrichten, Stuttgart	+ 11	334.905
12	Südwest Presse, Ulm	+ 19	321.799
13	Mannheimer Morgen, Mannheim	+ 4 *	137.168
14	Südkurier, Konstanz	+ 1	128.051
15	Schwarzwälder Bote, Oberndorf	+ 3	123.063
16	Offenburger Tageblatt, Offenburg	+ 1	49.454
17	Eßlinger Zeitung, Esslingen	+ 1	42.042

* 1 Verlag außerhalb Baden-Württembergs

Redaktionelle Ausgaben der einzelnen publizistischen Einheiten

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion ohne Partnerverlage

- 1. Schwäbische Zeitung, Leutkirch** Auflage IV/2013: 171.906

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/2013: 144.967

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 am Rhein/Kandern Ausgabe Wiesental
--	---

- 3. Stuttgarter Zeitung, Stuttgart** Auflage IV/2013: 131.238

mit Lokalausgabe Leonberger Kreiszeitung

- 4. Badische Neueste Nachrichten, Karlsruhe** Auflage IV/2013: 128.398

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

- 5. Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg** Auflage IV/2013: 88.644

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

- 6. Heilbronner Stimme, Heilbronn** Auflage IV/2013: 87.222

HSt - Heilbronn HSt - Ausgabe Nord Mitte HSt - Ausgabe Nordost	HSt - Ausgabe Südost HSt - Ausgabe Südwest Kraichgau Stimme
--	---

HSt - Ausgabe Weinsberger Tal	Hohenloher Zeitung
HSt - Ausgabe Leintal	

7. Reutlinger General-Anzeiger, Reutlingen Auflage IV/2013: 39.394

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

8. Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg Auflage IV/2013: 37.773

Ludwigsburger Kreiszeitung mit Lokalausgaben Bottwartal/Marbach Freiberg Remseck Strohgäu	Neckar- und Enzbote
--	---------------------

9. Pforzheimer Zeitung, Pforzheim Auflage IV/2013: 36.531

Pforzheimer Zeitung
Ausgabe Mühlacker

10. Badisches Tagblatt, Baden-Baden Auflage IV/2013: 33.747

Ausgabe Baden-Baden	Ausgabe Rastatt
Ausgabe Bühl	Ausgabe Murgtal

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion und Partnerverlagen

11. Stuttgarter Nachrichten, Stuttgart Gesamt-Auflage IV/2013: 214.142

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

Mit dem Schwarzwälder Bote besteht eine redaktionelle Kooperation	<u>120.763</u> 334.905
---	---------------------------

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

12. Südwest Presse, Ulm/Donau Gesamt-Auflage IV/2013: 321.799

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

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

13. Mannheimer Morgen, Mannheim Gesamt-Auflage IV/2013: 137.168

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

* Partnerverlag außerhalb Baden-Württembergs

- | | | |
|------------|---|--|
| 14. | Südkurier, Konstanz | Gesamt-Auflage IV/2013: 128.051 |
| | <p>Südkurier</p> <p>Ausgabe Bad Säckingen/Wehr</p> <p>Ausgabe Donaueschingen/Titisee-Neustadt</p> <p>Ausgabe Friedrichshafen</p> <p>Ausgabe Hegau; Singen/Engen</p> <p>Ausgabe Konstanz</p> <p>Ausgabe Messkirch, Pfullendorf</p> <p>Ausgabe Radolfzell</p> <p>Ausgabe Rheinfelden</p> <p>Ausgabe Stockach</p> <p>Ausgabe Triberg, St. Georgen</p> <p>Ausgabe Furtwangen</p> <p>Ausgabe Überlingen</p> <p>Ausgabe Markdorf</p> <p>Ausgabe Villingen-Schwenningen</p> <p>Ausgabe Waldshut-Tiengen</p> <p>Ausgabe Bonndorf, St. Blasien</p> | |
| | Alb Bote | Waldshut |
| 15. | Schwarzwälder Bote, Oberndorf | Gesamt-Auflage IV/2013: 123.063 |
| | <p>Schwarzwälder Bote</p> <p>Ausgabe Landkreis Calw</p> <p>Ausgabe Landkreis Freudenstadt/Tübingen</p> <p>Ausgabe Landkreis Zollernalb</p> <p>Ausgabe Landkreis Rottweil</p> <p>Ausgabe Ortenaukreis</p> <p>Ausgabe Landkreis Schwarzwald-Baar</p> | |
| | Lahrer Zeitung | Lahr |
| | Die Oberbadische | Lörrach |
| | Schwarzwälder Post | Zell am Harmersbach (erscheint 3 x in der Woche) |
| 16. | Offenburger Tageblatt, Offenburg | Gesamt-Auflage IV/2013: 49.454 |
| | <p>Offenburger Tageblatt</p> <p>OT - Schwarzwald-Zeitung/
Anzeiger vom Kinzigtal</p> <p>Kehler Zeitung</p> | |
| | Acher-Rench-Zeitung | Oberkirch |
| 17. | Eßlinger Zeitung, Esslingen | Gesamt-Auflage IV/2013: 42.042 |
| | <p>Eßlinger Zeitung</p> <p>Cannstatter Zeitung</p> <p>Untertürkheimer Zeitung</p> | |
| | | Esslingen
Stgt.-Bad Cannstatt |

Anzeigen-Gemeinschaften

(in Klammern: verkaufte Auflage IV/2013)

1. Stuttgarter Zeitung - Anzeigengemeinschaft (435.536)

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

2. Südwest Presse, Ulm/Donau (293.144)

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

3. ZRN Zeitungsgruppe Rhein-Neckar, Mannheim (224.360)

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

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

4. Badische Zeitung / Die Oberbadische (160.612)

Badische Zeitung
Die Oberbadische

5. Schwarzwälder Bote, Oberndorf/Neckar (120.763)

mit den in der Redaktionsgemeinschaft verbundenen Zeitungen:

Lahrer Zeitung
Die Oberbadische
Schwarzwälder Bote

6. Miba, Mittelbadische Presse, Offenburg (49.454)

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

7. Anzeigengemeinschaft Eßlinger Zeitung (42.042)

Cannstatter Zeitung
Untertürkheimer Zeitung
Eßlinger Zeitung

8. Anzeigenverbund Schwarzwald-Baar (33.667)

Südkurier
SWP/Die Neckarquelle

9. Heidenheimer Anzeigenverbund, Heidenheim (25.366)

Brenztal-Bote
Heidenheimer Neue Presse
Heidenheimer Zeitung

Herausgegeben vom

Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V.

Königstraße 26, 70173 Stuttgart

www.vszv.de

Für den Inhalt verantwortlich: RA Stephan Bourauel

Druck: Druckerei Hertle GmbH, 73230 Kirchheim/Teck

ISSN 0176-1307

