VSZV

Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V.

Jahresbericht 2015

VSZV

Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V.

Jahresbericht 2015

Vorwort

Die Verbandsarbeit des VSZV war im Jahr 2015 durch vielfältige medienpolitische sowie arbeits- und sozialpolitische Themen geprägt, so etwa die Reform des Kommunalverfassungsrechts oder die Einführung des gesetzlichen Mindestlohns und dessen praktischer Umsetzung in den Verlagshäusern.

Eine im März 2015 vom BDZV durchgeführte Datenerhebung bei Zeitungsverlagen im gesamten Bundesgebiet zu den Auswirkungen des Mindestlohngesetzes hat ergeben, dass allein die Umstellung in den Vertriebssystemen erhebliche finanzielle Belastungen für die Zeitungsverlage mit sich brachte – ganz zu schweigen von den umfangreichen Aufzeichnungspflichten, die trotz der Erleichterungen für die Zeitungszustellung einen immensen bürokratischen Aufwand bedeuten und die Verlagshäuser vor enorme logistische Herausforderungen stellen. Schließlich geht die Übergangsregelung mit einem reduzierten Mindestlohn für Zeitungszusteller aufgrund ihres engen Anwendungsbereichs faktisch ins Leere.

Sorge bereitet auch, dass sich der Negativtrend bei den Auflagenzahlen und Anzeigenumfängen auch im Jahr 2015 fortgesetzt hat. Ein Lichtblick ist hingegen die positive Entwicklung der Nettoreichweite für Print und Online: Mit 73,6 % erreichten die regionalen Abonnementzeitungen in Baden-Württemberg 1,2 % mehr Leser als im Vorjahr. Dies ist in besonderem Maße auf den stetigen Ausbau und die steigenden Abrufzahlen der digitalen Verlagsangebote zurückzuführen, mit denen in der Altersgruppe der 14 - 29-Jährigen eine Reichweitensteigerung gegenüber der Printreichweite von mehr als 140 % erreicht werden konnte.

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

Unter Berufung auf die bewährte Funktion als nach wie vor reichweitenstärkstes Bekanntmachungsorgan sprach sich der VSZV im Berichtsjahr mit Nachdruck gegen Neuerungen im Kommunalverfassungsrecht aus, die zu einer weiteren Schwächung der Presse in ihrer verfassungsrechtlich geschützten Position führen. Am Ende konnten hier leider nur Teilerfolge errungen werden. Erfreulich ist zumindest, dass die Zeitungen buchstäblich die einzigen privaten periodischen Druckwerke bleiben, über die amtliche Bekanntmachungen veröffentlicht werden dürfen.

Auch in der noch andauernden politischen Diskussion um die Reform des Urhebervertragsrechts konnten die Verlegerverbände mit ihren Argumenten überzeugen und die politischen Entscheidungsträger dazu veranlassen, den Gesetzentwurf noch einmal zugunsten der Verwerter zu entschärfen.

Politisch zu begrüßen ist schließlich, dass nach anfänglicher Blockadehaltung Bayerns zum 1. Januar 2016 der 18. Rundfunkänderungsstaatsvertrag in Kraft getreten ist, der ein grundsätzliches Verbot regionaler Werbung in nationalen Fernsehprogrammen vorsieht.

In Zeiten immer weiter sinkender Auflagenzahlen und Anzeigenumfänge standen auf der Agenda der Ausschuss- und Arbeitsgruppensitzungen des VSZV neben der Absicherung der klassischen Anzeigen- und Vertriebsmärkte vor allem die Erschließung neuer Märkte und Geschäftsmodelle. In engem Zusammenhang hiermit steht auch die Arbeit der Arbeitsgruppe „Außendienstqualifizierung“, die sich im Berichtsjahr intensiv mit der Gründung einer VSZV-Akademie für Medienberatung befasste, um auf Zeitungsverlage zugeschnittene Qualifizierungsangebote im Bereich der Mediaberatung anbieten zu können.

Der vorliegende Jahresbericht enthält Informationen zu diesen und zahlreichen weiteren verbandlichen Aktivitäten und verschafft Ihnen einen umfassenden Überblick über das baden-württembergische Zeitungsjahr 2015.

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 2016

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 2015 7
3. Auflagenstatistik 8
4. Reichweiten 9
5. Anzeigenumfänge 12

II. Allgemeine Verbandsarbeit

1. VSZV-Jahrestagung am 24. April 2015 in Pforzheim 14
2. VSZV-Mitgliederversammlung 2015 14
3. Vorstand 24
4. Landespresseball 2015 24
5. TV Komm. am 25. Februar 2015 in Karlsruhe 25

III. Recht und Sozialpolitik

1. Amts- oder Stadtblätter der Kommunen: OLG Stuttgart zeigt Grenzen der Berichterstattung durch ein Amtsblatt auf 26
2. Freie Journalisten an Tageszeitungen und gemeinsame Vergütungsregeln an Tageszeitungen (GVR): Weitere Urteile der Instanzgerichte und erste Entscheidungen des BGH 27
3. Gemeinsame Vergütungsregeln für freie Mitarbeiter - Neufassung 28
4. Klageverfahren gegen den Verteilungsplan der VG Wort: Beteiligung der Verlage an den von der VG Wort erhobenen Urheberrechtsabgaben 28
5. Tarifverhandlungen für Redakteure und Redakteurinnen an Tageszeitungen 29
6. Tarifverhandlungen für die Angestellten der Zeitungsverlage 29
7. Mindestlohn 29
8. Höhe der Nachtzuschläge für Zeitungszusteller 31
9. UWG-Novelle 32

IV. Medienpolitik

1. Reform der Gemeindeordnung 33
2. Reform des Urhebervertragsrechts 35
3. Regionalisierte Fernsehwerbung bundesweiter TV-Anbieter 36
4. Google-Verfahren 37
5. Plattformregulierung 38
6. AVDM-Richtlinie 39
7. Jugendmedienschutz-Staatsvertrag 39
8. Reform Pressefusionsrecht 39
9. Mehrwertsteuer Digitale Presse 39
10. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk 40
11. Rundfunk in Baden-Württemberg 42

V. Anzeigen

1. Anzeigenausschuss 45
2. Anzeigenleitertagung 46

VI. Vertrieb

1. Vertriebsausschuss 48
2. Vertriebsleitertagung 48
3. Zustellergewinnung 50

VII. Digitale Medien 51

VIII. Aus- und Weiterbildung

1. Seminarangebot für kaufmännische Verlagsmitarbeiter 57
2. Praxisseminar für junge Mediaplaner 58
3. Medienkaufmännische Berufsausbildung / Seminarangebote 58

IX. JBB – Journalistische Berufsbildung

1. Seminararbeit 2015 61
2. Umfrage zur Volontärsausbildung 61
3. Seminare für Volontäre und Redakteure 63
4. Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB 63
5. VSZV-Vertreter des JBB-Vorstandes 64
6. DJV-Vertreter des JBB-Vorstandes 64
7. JBB-Beirat 64
8. Seminarprogramm 2016 64

X. Journalistenpreise 65

XI. Aus den Verlagen 66

XII. Gremien und Ehrenämter 71

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 Wirtschaft Baden-Württembergs zeigte sich trotz aller negativen Einflüsse 2015 in guter Verfassung und erreichte im ersten Halbjahr ein Wirtschaftswachstum von 3,1 %. Im Gesamtjahr 2015 ist nach aktuellen Berechnungen mit einer Steigerung des realen Bruttoinlandsprodukts von knapp 2 % zu rechnen. Der Gesamtkonjunkturindikator des Statistischen Landesamtes kündigt eine konjunkturelle Wende zum Jahresende 2015 an, die vor allem von der Finanzmarktkomponente und dem nicht mehr so dynamischen ausländischen Auftragseingang ausgeht. Dies schlägt sich auch in der Jahresprognose für 2016 nieder und so wird in diesem Jahr mit einer Zunahme des realen BIP von rd. 1,5 % gerechnet.

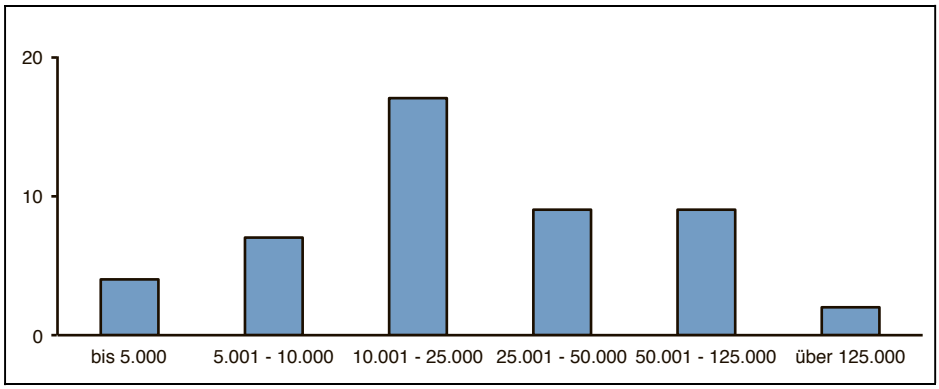
Auch im Jahr 2015 befindet sich der baden-württembergische Arbeitsmarkt in einer sehr guten Lage. Von Januar bis November waren durchschnittlich rd. 228.000 Personen arbeitslos gemeldet. Die Arbeitslosenquote sank im Durchschnitt der Monate Januar bis November somit leicht auf 3,9 %. Die Beschäftigung im Land hat 2015 erneut einen Höchststand erreicht und lag deutlich über der 6 Mio. Marke. In den ersten drei Quartalen 2015 nahm die Zahl der Erwerbstätigen um 0,9 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum zu. Baden-Württemberg wies damit wie bereits im Vorjahr eine überdurchschnittlich gute Beschäftigungsentwicklung auf. Aufgrund dieser Entwicklung kann davon ausgegangen werden, dass sich die Erwerbstätigenzahl auch im Jahr 2016 weiter erhöht.

Der Anstieg der Verbraucherpreise hat sich im Jahr 2015 erneut verlangsamt. Im Durchschnitt der ersten zehn Monate des abgelaufenen Jahres lagen die Preise mit einer Teuerungsrate von 0,2 % nur unwesentlich über dem Vorjahresniveau. Preisdämpfend wirkten insbesondere die Preisrückgänge bei Mineralölprodukten und Haushaltsenergie (Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2015).

Die Anzeigenumfangsstatistik der ZMG, die auf den monatlichen Erhebungen der VSZV-Geschäftsstelle basiert, weist für Baden-Württemberg im Jahr 2015 einen Rückgang von insgesamt 8,8 % aus. Auf Bundesebene weisen die Anzeigenumfänge ein Minus von insgesamt 7,4 % im Vergleich zum Vorjahr aus.

2. Zeitungsstruktur 2015

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 zwei Verlage, wobei der größte Verlag bei 168.745 (verk. Auflage IVW IV/2015) liegt. Vgl. die nachfolgende Tabelle der Auflagengruppen sowie die Aufstellung im Abschnitt XV. „Daten zur Tagespresse in Baden-Württemberg“ ab Seite 86.



Die baden-württembergischen Tageszeitungen 2015 nach Auflagengruppen

3. Auflagenstatistik

Verkaufte Auflage der lokalen/regionalen Abonnementzeitungen im 4. Quartal 2015 – Auflagenstatistik der ZMG (Angaben: in Tausend):

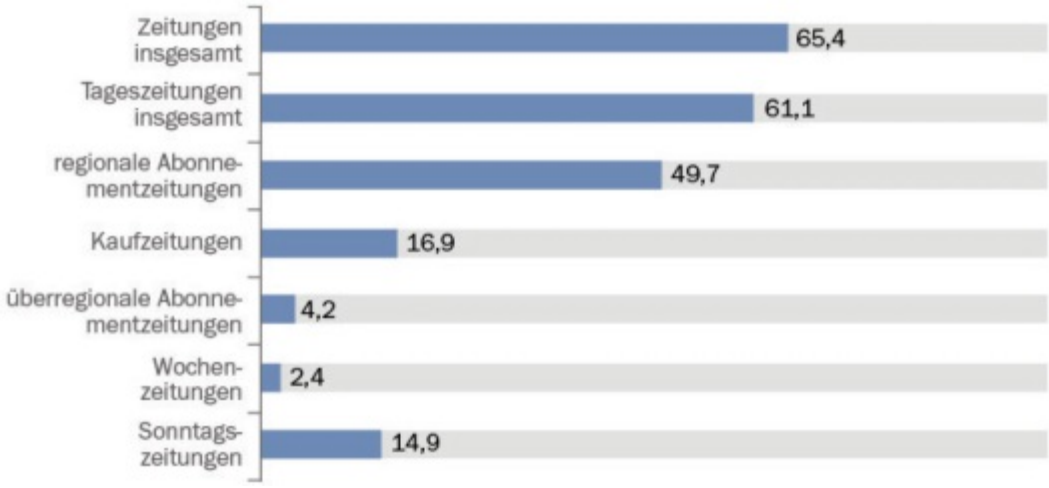
		in % zu 4. Quartal 2014
Bremen	204,33	-3,42
Hamburg	192,07	-3,95
Niedersachsen	1.314,61	-2,57
Schleswig-Holstein	390,87	-2,32
Nielsen I	**2.101,88**	**-2,74**
Nordrhein-Westfalen	2.488,78	-3,67
Nielsen II	**2.488,78**	**-3,67**
Hessen	752,84	-4,18
Rheinland-Pfalz+Saarland	804,47	-1,12
Nielsen IIIa	**1.557,31**	**-2,63**
Baden-Württemberg	1.836,73	-1,97
Nielsen IIIb	**1.836,73**	**-1,97**
Bayern	1.825,47	-1,79
Nielsen IV	**1.825,47**	**-1,79**
Berlin	311,99	-7,83
Nielsen V	**311,99**	**-7,83**
Brandenburg	288,68	-4,34
Mecklenburg-Vorpommern	293,49	-3,49
Sachsen-Anhalt	355,54	-3,18
Nielsen VI	**937,71**	**-3,64**
Sachsen	661,19	-3,60
Thüringen	325,42	-4,03
Nielsen VII	**986,61**	**-3,74**

Quelle: ZMG

4. Reichweiten

Das digitale Geschäft ist der Wachstumstreiber. Zeitungen profitieren von dem anhaltenden Boom bei Smartphones und Tablets in Deutschland. Gerade die junge Zielgruppe informiert sich mittlerweile zu großen Teilen online und mobil aus der Tagespresse.

Reichweiten der Zeitungen 2015



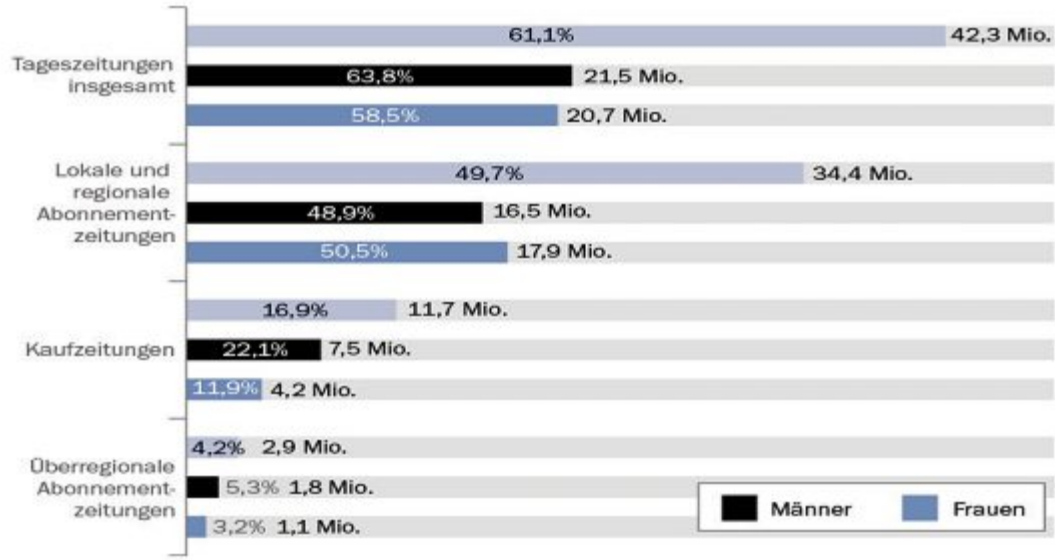
Leser pro Ausgabe (LpA), Angaben in Prozent, Quelle: BDZV

Im Jahr 2015 erreichten die deutschen Zeitungen erscheinungstäglich mit ihren Printausgaben 65,4 % der deutschsprachigen Bevölkerung über 14 Jahren (siehe Schaubild). Dabei erzielten die Tageszeitungen 61,1 %, die Wochenzeitungen 2,4 % und die Sonntagszeitungen 14,9 %.

Für die Tageszeitungen insgesamt wird eine Reichweite von 61,1 % ausgewiesen. Dies bedeutet, dass rd. 42,3 Mio. Deutsche über 14 Jahren täglich eine gedruckte Zeitung in die Hand nehmen. Ein Vergleich mit den Vorjahreswerten ist allerdings 2015 weder leicht möglich noch wirklich sinnvoll, da es eine Veränderung der Bemessungsgrundlage gab. Erstmals liegen den Berechnungen der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) die Daten der Bevölkerungszählung 2011 (Zensus) zugrunde. Danach gehören der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren 1,3 Mio. Menschen weniger an als bisher angenommen, nämlich insgesamt 69,2 Mio.

Auch unter Verzicht auf die Vorjahresdaten bestätigt die folgende Detail-Analyse aus der MA 2015 das Medium Tageszeitung als universelles Massenmedium. Insgesamt betrachtet entspricht die soziodemografische Zusammensetzung der Leserschaft dem Querschnitt der Bevölkerung (siehe Schaubild).

Reichweiten der Tageszeitungen in Deutschland 2015



Angaben in Prozent und Mio., Quelle: BDZV

Die regionalen Abonnementzeitungen erreichen 49,7 % der Gesamtbevölkerung (fast 35 Mio. Leser). D.h., dass die Hälfte der deutschsprachigen Bewohner intensiv eine Zeitung ihrer Region nutzt. Die Kaufzeitungen liegen bei 16,9 % (11,7 Mio. Leser). Bei den überregionalen Tageszeitungen liegt die Reichweite 2015 bei 4,2 % oder 2,9 Mio. Lesern.

Reichweiten nach Altersklassen und Einkommensgruppen

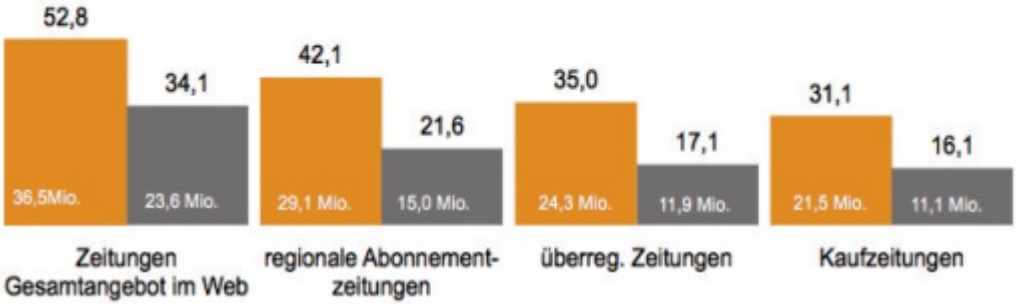
Die Altersstruktur der Zeitungsleser im Printbereich zeigt kaum Unterschiede zu den Vorjahren. Nach wie vor nimmt die Neigung zum Zeitungslesen mit ansteigendem Lebensalter zu. Die höchsten Reichweiten werden im Segment der über 70-Jährigen mit 78,2 % und der 60- bis 69-Jährigen mit 75,4 % erzielt. Direkt dahinter liegt die Gruppe der 50- bis 59-Jährigen mit 69,7 % Reichweite. Von den 40- bis 49-jährigen greifen 61,7 % täglich/regelmäßig zu einer Zeitung.

Das Interesse der Jugendlichen und jungen Leute an gedruckten Medien ist seit Ende der 80er Jahre des zurückliegenden Jahrhunderts in der Tendenz rückläufig. Immerhin: Mit einem Anteil von 28,2 % liest täglich ein knappes Drittel der Jugendlichen zwischen 14 und 19 Jahren eine Tageszeitung, bei den 20- bis 29-Jährigen liegt der Wert bei 40,7 % (Quelle: BDZV).

Digitale Reichweiten

36,5 Mio. Zeitungsleser verzeichnen die deutschen Zeitungen im durchschnittlichen Monat auf ihren digitalen Angeboten. Das sind 52,8 % der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren (insgesamt 69,24 Mio. Personen). Anhand der AGOF digital facts ist es möglich, die digitale Nettoreichweite der deutschen Zeitungsangebote auszuweisen. D. h., jeder Leser wird nur einmal gezählt, egal wie oder von welchem Endgerät aus er die Zeitung digital nutzt. Aus den Ergebnissen der AGOF digital facts 2015-12 erreichen die Portale der regionalen Abonnement-Zeitungen 29,1 Mio. unique User. Damit liegt diese Gattung vor den überregionalen Zeitungen mit 24,3 Mio. und den Kaufzeitungen mit 21,5 Mio. unique Usern.

Reichweiten (% und Mio) unique user der digitalen Zeitungsangebote im Durchschnitt Monat/Woche/Tag



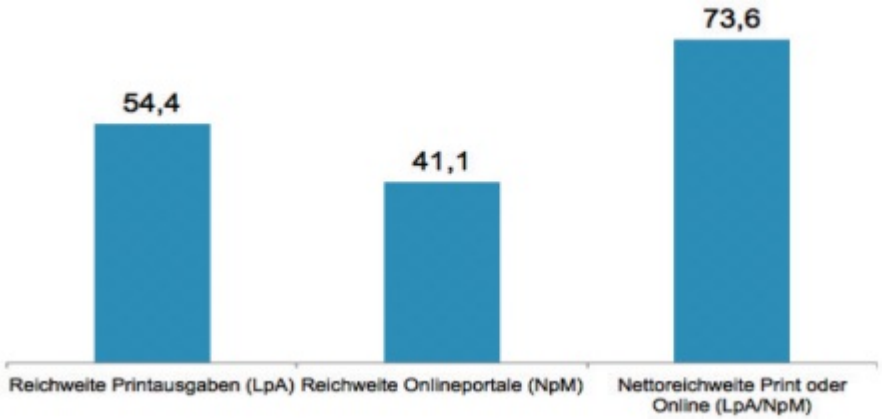
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (69,24 Mio. Personen) – Quelle: AGOF digital facts 2015-12 (Durchschnittlicher Monat, Woche, Tag (Okt. – Dez 2015)) – Angaben: in % und Mio.

Die größte Reichweite erzielen die Zeitungen im Netz in der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen (76 %). Aber auch die User zwischen 30 und 49 Jahren erreichen die digitalen Zeitungsseiten überdurchschnittlich. Die Reichweite in dieser Altersgruppe liegt bei 70,5 %, bei den über 50-Jährigen bei 31,4 %. Ein Blick auf die Löhne zeigt, dass auch digital die Zielgruppe mit einem Haushalts-Nettoeinkommen von über 2.500 Euro zu den überdurchschnittlich starken Zeitungslesern gehört (63,4 %). Deutlich mehr Männer (19,3 Mio.) als Frauen (17,2 Mio.) steuern die Seiten der Zeitungen an.

Reichweiten Baden-Württemberg

Auf Landesebene ist für die regionalen Abonnementzeitungen im Berichtsjahr eine Nettoreichweite für Print und online von 73,6 % zu verzeichnen. Mit der Nettoreichweite aus Print und Online gewinnt die Liste regionaler Abozeitungen in Baden-Württemberg gegenüber der Printreichweite 19,2 Prozentpunkte. Dies sind 1,7 Mio. zusätzliche Nutzer.

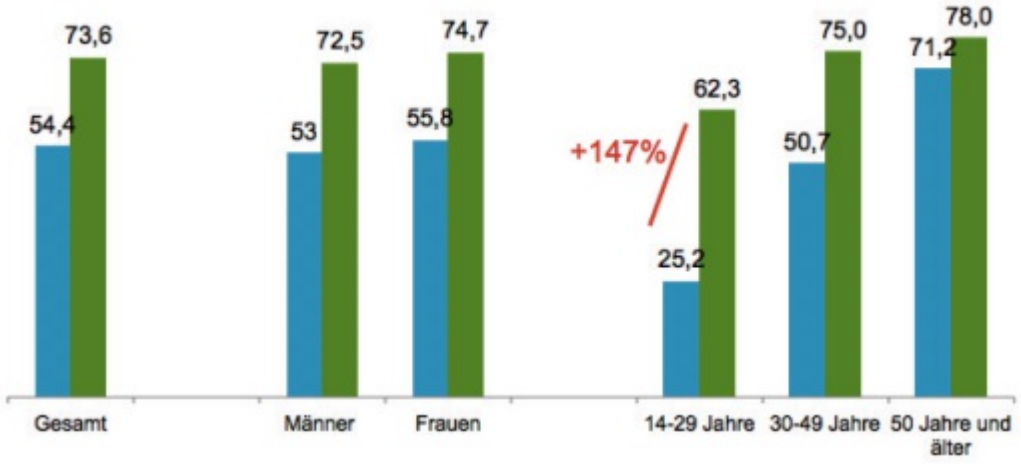
Nettoreichweiten Print und Online in Baden-Württemberg: Regionale Abonnementzeitungen



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Baden-Württemberg (9 Mio. Personen) – Quelle: best for planning 2015 III – Angaben: in Prozent

Mit der Nettoreichweite Print und Online gewinnt die Liste regionaler Abozeitungen vor allem bei den Jugendlichen. Die Zunahme von über 140 % bedeuten 740 Tsd. zusätzliche Leser in der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre.

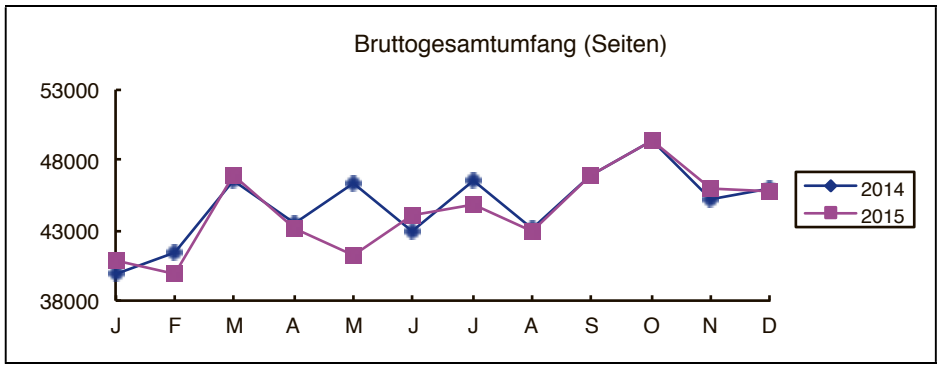
Nettoreichweiten Print und Online in Baden-Württemberg: Regionale Abonnementzeitungen



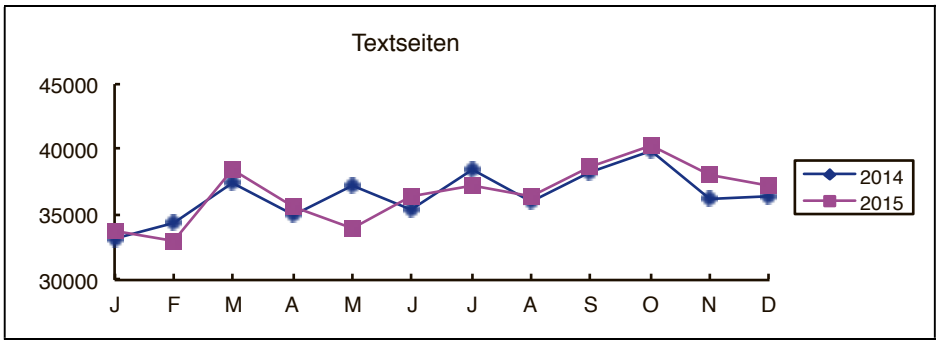
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Baden-Württemberg (9 Mio. Personen) - Quelle: best for planning 2015
III Angaben: in Prozent

5. Anzeigenumfänge

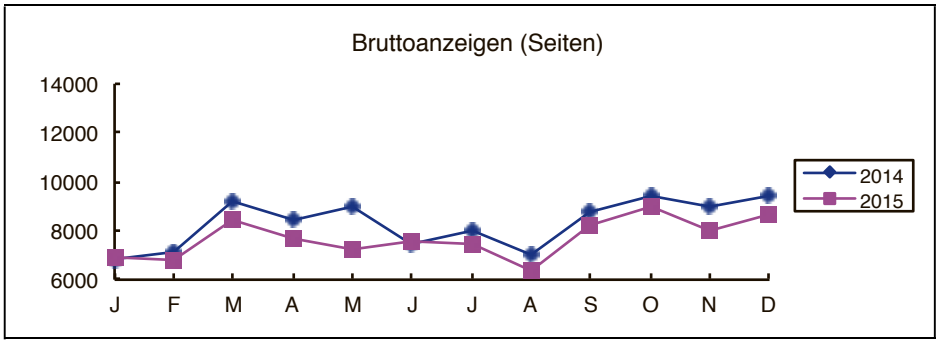
Die nachfolgenden Tabellen geben Auskunft über die Entwicklung der Bruttogesamtumfänge und der Beilagen in Baden-Württemberg. Im Jahresdurchschnitt sanken die Bruttogesamtumfänge im Jahr 2015 im Vergleich zum Jahr 2014 um 1,2 %, die Textseiten stiegen um 0,1 % und die Bruttoanzeigen nahmen um 7,2 % ab. Die Zahl der Prospektbeilagen sank um 11,0 %.



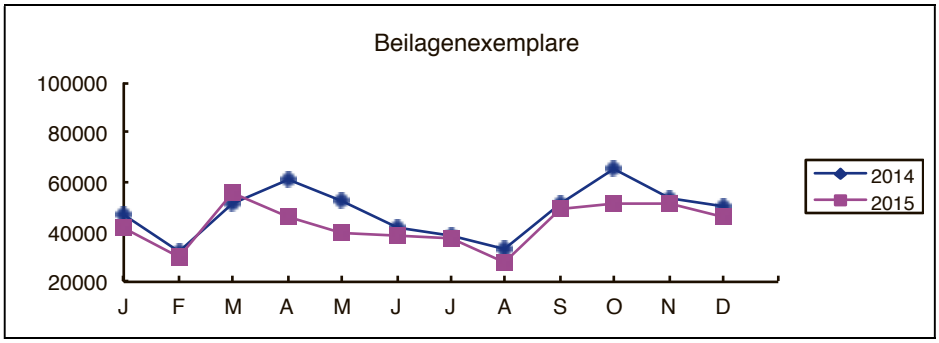
1. Bruttogesamtumfang 2015: -1,2 % (Bund: -2,5 %)



2. Textseiten 2015: 0,1 % (Bund: -1,5 %)



3. Bruttoanzeigen 2015: -7,2 % (Bund: -6,6 %)



4. Beilagen 2015: -11,0 % (Bund: -5,6 %)

II. Allgemeine Verbandsarbeit

1. VSZV-Jahrestagung am 24. April 2015 in Pforzheim

Die 62. Jahrestagung des VSZV fand am 24. April 2015 auf Einladung der Pforzheimer Zeitung in Pforzheim statt.

Wie in den vergangenen Jahren wurde am Vormittag der Jahrestagung die ordentliche Mitgliederversammlung des Verbandes durchgeführt, an der 46 Mitgliedsverlage teilnahmen.

2. VSZV-Mitgliederversammlung 2015

Der VSZV-Vorsitzende Valdo Lehari jr. fasste in seinem Jahresbericht die Eckpunkte der Verbandsarbeit zusammen und ging auf die wichtigsten Entwicklungen innerhalb der Zeitungsbranche ein. Die Themenvielfalt, mit denen sich der VSZV auseinandersetzen müsse, sei unverändert hoch.

Intensiv hätte sich der Verband mit den Fragen des Mindestlohns auseinandergesetzt, der die Zeitungsverlage nach einer Studie des BDZV mit ca. 205 Mio. Euro belaste. An der Diskussion um einen Sonderweg für Zeitungsverlage missfalle ihm, dass möglicherweise in der Außenwirkung der Eindruck entstehen könnte, dass die Zeitungsverlage ihre Zusteller nicht angemessen entlohnt hätten. Dies sei aber mitnichten so, die besondere Zustellersituation habe es den Arbeitskräften ermöglicht, ihre arbeitsvertraglichen Verpflichtungen flexibler und weniger unter Zeitdruck zu gestalten. Diese Möglichkeiten seien durch die Regelungen des Gesetzes beschnitten worden. Der Bürokratieaufwand mit den überbordenden Dokumentationspflichten tue ein Übriges. Im übrigen müsse klar und deutlich darauf hingewiesen werden, dass die schwarzen Schafe im immer härter werdenden Logistikmarkt nicht unter dem Dach der Zeitungsverlage zu suchen seien. Nach wie vor in der politischen Diskussion sei der Vorschlag, die Zustellung der Tageszeitung in den Bereich der haushaltsnahen Dienstleistungen einzuordnen.

Er ging auf die für die regionale Medienbranche verheerenden Auswirkungen der Zulassung regionalisierter Werbung in bundesweiten privaten Fernsehprogrammen ein. Das Votum Bayerns in der Ministerpräsidentenkonferenz am 25. März 2015 sei gegen die Haltung aller übrigen Bundesländer erfolgt. Er hoffe nach wie vor, dass Bayern noch auf die Linie der übrigen Bundesländer einschwenke, die Verbände leisteten hier mit hohem Aufwand Aufklärungsarbeit.

Mit den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbietern ARD und ZDF zeichneten sich neue Auseinandersetzungen ab. Positiv sei die jüngst ergangene Gerichtsentscheidung zur Tagesschau-App. Das erkennende Gericht habe Möglichkeiten aufgezeigt, dass die angeblich einer Prüfung nicht zugänglichen Entscheidungen des Rundfunkrats auch unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten einer Überprüfung unterzogen werden können. Dem von ARD und ZDF geplanten Jugendportal, einem Multimediaprojekt, das mit 45 Mio. Euro aus Gebührenmitteln als Starthilfe finanziert werden soll, solle durch einen gesetzgeberischen Trick der notwendige Dreistufentest zur Prüfung der Marktverträglichkeit erlassen werden. Dies lasse negative Auswirkungen auf die Reichweiten der Portale der Zeitungsverlage befürchten, sollte sich die Politik den Argumenten der Medienunternehmen verschließen.

Das vor einigen Jahren neu in das Urhebergesetz aufgenommene Leistungsschutzrecht des Zeitungsverlegers erweise sich, was die Vermarktung angehe, noch als schwierig. Wie erwartet habe sich ein Konflikt mit dem Suchmaschinenbetreiber Google ergeben. Die in der Verwertungsgesellschaft VG Media vertretenen Presseverleger halten das Vorgehen Googles für kartellrechtswidrig. Mitte des Jahres 2015 soll in einem zivilrechtlichen Verfahren

der VG Media (Presseverleger gegen Google) zu dem streitigen Umfang und der Anwendbarkeit des Presseleistungsschutzrechtes eine Entscheidung der Schiedsstelle beim Deutschen Patent- und Markenamt ergehen. Unterstützung erhielten die Verleger durch Bundesjustizminister Heiko Maas, der die Haltung der Verleger teilte.

Er skizzierte die gegenwärtig geführte Diskussion um die Änderungen der BDZV-Verbandsstrukturen und deren Auswirkungen auf die Landesverbände. Das BDZV-Präsidium befasse sich mit diesen Fragen seit Ende 2013, man überprüfe Leitbild und Ziele der Arbeit des BDZV und wolle herausarbeiten, wo die besonderen Stärken und Schwächen liegen, um die medienpolitische Arbeit zu stärken, auch unter Berücksichtigung der Gesichtspunkte „Schlagkraft/Image/öffentliche Wahrnehmung/Gattungsmarketing/Rolle der ZMG). Hier seien auch die Zuständigkeiten der unterschiedlichen Gremien zu prüfen und eindeutige Zuordnungen vorzunehmen. Mit der Strukturreform wolle man den Veränderungen in der Medienlandschaft Rechnung tragen und auch das Zusammenwirken zwischen BDZV und den Landesverbänden verbessern und sicherstellen, dass die Vorsitzenden der Landesverbände und die Geschäftsstellen strukturierter mit dem Bundesverband zusammenarbeiten können. Auch die Kommunikation unter den Landesverbänden solle gestärkt werden. Man hoffe, ab dem 1. Januar 2016 mit den neuen Strukturen starten zu können.

Kurz ging er auf den Streit über die Besetzung der Präsidentenfunktion bei der European Newspaper Association ENPA ein. Die Besetzung der Präsidentenfunktion trotz Nichterreichen der qualifizierten Mehrheit der Mitglieder durch den britischen Lord Black sei im Wege einer einstweiligen Verfügung angegriffen worden, der BDZV habe Recht bekommen.

Frau Dr. Bechtle-Kobarg, Verlegerin der Eßlinger Zeitung und für die Ausbildung zuständiges VSZV-Vorstandsmitglied, berichtete über die Aktivitäten des Verbandes in der Aus- und Weiterbildung.

Was die Seminarveranstaltungen für Journalisten angehe, die durch die Journalistische Berufsbildung JBB durchgeführt wurden, schilderte sie die Maßnahmen, die aufgrund der aktuellen Entwicklungen zur Anpassung des Inhalts vor allem bei den Grundlagen- und Aufbauseminaren für Volontäre, aber auch bei Themen wie Online-Journalismus erforderlich geworden seien. So seien z.B. durch Erweiterung des Zeitrahmens der Seminare und Straffung der übrigen Themen zwei Schulungstage im Volontärs-Grundlagenseminar für den Bereich „Online-Journalismus“ gewonnen worden. Im Aufbauseminar für Volontäre sei nun ein Tag dem Thema „Social Media“ und den wichtigsten Plattformen gewidmet.

Weiterhin berichtete sie über die vom VSZV veranstalteten Seminare für Verlagsmitarbeiter und auszubildende Medienkaufleute. Die Prüfungsvorbereitungsseminare für die auszubildenden Medienkaufleute Digital/Print hätten leider rückläufige Teilnehmerzahlen aufgewiesen. Allerdings resultiere der Teilnehmerrückgang vorwiegend aus dem Teilnehmerkontingent des Zeitschriftenverlegerverbandes (SZV) und des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels Landesverband Baden-Württemberg, die ebenfalls Träger und Mitveranstalter dieser Seminare seien. Erfreulich dagegen sei, dass sich die Teilnehmer an diesen Prüfungsvorbereitungsseminaren stets durch besonders gute Abschlussnoten bei den IHK-Prüfungen auszeichneten.

Bei dem Seminarangebot für kaufmännische Verlagsmitarbeiter, das in Kooperation mit dem Verband Bayerischer Zeitungsverleger durchgeführt werde, sei die Teilnehmerzahl wieder von 96 in 2013 auf 121 in 2014 gestiegen.

Der Vorsitzende des VSZV-Anzeigenausschusses und Geschäftsführer der Schwäbischen Zeitung, Dr. Kurt Sabathil, gab in seinem Bericht einen Überblick über die Entwicklungen auf dem Anzeigenmarkt im zurückliegenden Jahr. Leider seien sowohl auf Landes- als auch auf

Bundesebene erneut Rückgänge bei den Anzeigenumfängen zu beobachten. Seit dem Jahr 2000 habe man insgesamt 57 % der Anzeigenumfänge verloren, seit dem Jahr 2009 werde das Niveau immer niedriger. Diese „unerfreuliche Entwicklung“ könne lediglich durch den Kfz-Markt aufgefangen werden, für den man sowohl in Deutschland als auch in Baden-Württemberg erhebliche Zuwächse verzeichnen könne. Auch die Rubrik Stellenmarkt sei im Januar und Februar 2015 wieder leicht gewachsen. Summa summarum müsse man allerdings dennoch eine negative Entwicklung der Anzeigenumfänge feststellen. Dieser könne man langfristig nur durch die Stärkung des Lokalgeschäftes entgegenwirken, das 88 % des Gesamtumsatzes ausmache. Herr Dr. Sabathil betonte, dass es auch und gerade vor dem Hintergrund der Regionalisierung der Werbung durch nationale TV-Sender für die Verlage wesentlich sei, den lokalen Markt zu verteidigen und weiter auszubauen. Oberstes Ziel der Verlage müsse es sein, Kundenzufriedenheit zu erreichen. Diese hänge unter anderem auch von deren Anzeigenerfolg ab.

In diesem Zusammenhang lobte Herr Dr. Sabathil die Arbeit der AG Preislistenreform: Diese habe ein neues Preismodell entwickelt, das anhand von Rabatten den Anreiz zur Schaltung etwa von größeren Anzeigenformaten oder von mehr Frequenzen schaffen soll. Die Arbeitsgruppe habe die ausdrückliche Empfehlung gegenüber den Verlagen ausgesprochen, dieses Preismodell als Orientierung für die eigene Preisgestaltung heranzuziehen. Auch in den übrigen Arbeitsgruppen des Anzeigenausschusses seien laut Herrn Dr. Sabathil Fortschritte erzielt worden. So stehe die AG Außendienstqualifizierung kurz vor der Gründung einer VSZV-Akademie zur Schulung von Verkaufsführungskräften. Die AG Benchmark könne schon bald erste Ergebnisse der monatlichen Abfrage prozentualer Umsatzabweichungen vorlegen und für die jährliche Abfrage der Verkaufskennzahlen seien ebenfalls die Weichen gestellt. Herr Dr. Sabathil ermunterte die Verlage, sich an den Umfragen zu beteiligen, da nur so eine Vergleichbarkeit geschaffen werden könne.

Der Vorsitzende des VSZV-Vertriebsausschusses und Verleger der Badischen Zeitung, Wolfgang Poppen, begann seinen Bericht mit Ausführungen zum Thema Mindestlohn: Die für Zeitungszusteller im Gesetz vorgesehene Ausnahmeregelung greife für einen Großteil der Zusteller erst gar nicht, so dass hierdurch keine wesentliche Erleichterung für die Branche erreicht werde. Herr Poppen kritisierte zudem den immensen Verwaltungsaufwand, der für die Verlage durch die Umsetzung der Aufzeichnungspflichten entstehe. Lobend erwähnte er in diesem Zusammenhang zum einen die Arbeit der VSZV-Verbandsgremien; hiervon könnten die Verlage auch deshalb profitieren, da auf diese Weise ein Austausch untereinander stattfinden und man gemeinsam Lösungen erarbeiten könne. Zum anderen erinnerte er an die beratende Unterstützung der VSZV-Justiziare – nicht nur in Fragen des Mindestlohns.

In Bezug auf die Arbeit des VSZV-Vertriebsausschusses im zurückliegenden und im aktuellen Jahr hob Herr Poppen erneut das wesentliche Ziel der Arbeit der Vertriebsgremien hervor: der gemeinsame Erfahrungsaustausch untereinander. So habe sich die zu Beginn des Jahres 2014 errichtete Arbeitsgruppe Zustellerfindung und -bindung bei ihrem ersten Treffen bereits intensiv über geeignete Maßnahmen austauschen können. In seiner nächsten Sitzung werde sich der Vertriebsausschuss u.a. mit dem Bildungsprojekt der Südwest Presse zur Leseförderung befassen.

Schließlich skizzierte Herr Poppen einige Zahlen zur Reichweite der Zeitungen im vergangenen Jahr: 1,5 % weniger Leser habe man deutschlandweit erreichen können als im Jahr zuvor. Demgegenüber erfreuten sich die Webangebote der Verlage immer größerer Beliebtheit, was unter anderem dazu führe, dass die baden-württembergischen Zeitungen mit der Nettoreichweite aus Print und Online 1,5 Mio. zusätzliche Nutzer gewinnen konnten. Insbesondere in der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen habe man eine Zunahme der Leserschaft um über 100 % erreichen können. Gerade wegen dieser erfreulichen Zahlen forderte Herr Poppen auf, die Online-Reichweiten weiter zu monetarisieren. Es müsse den Verlagen daran

gelegen sein, gegen die Gratiskultur vorzugehen und für eine Bezahlung ihrer Inhalte zu kämpfen. Gleichzeitig hielt es Herr Poppen vor dem Hintergrund des stetigen Rückgangs der Printauflage für essentiell, den „Transformationsprozess“ fortzuführen und neue Geschäftsmodelle zu entwickeln.

Rainer Wiesner (Südkurier), Vorsitzender des Ausschusses Digitale Medien, skizzierte die Entwicklung der Digitalisierung in den Zeitungshäusern und gab einen Überblick über die Arbeit des Ausschusses und die dort verfolgten Projekte.

Was die Entwicklung im Digitalsektor der Verlage angehe, könne man im Durchschnitt davon ausgehen, dass es zweistellige Wachstumsraten im Bereich Reichweiten und Umsatz gebe, allerdings partizipierten die einzelnen Verlage ganz unterschiedlich an dieser Entwicklung. In manchen Häusern scheine nach wie vor eine den Entwicklungen angepasste Digitalstrategie zu fehlen. In diesem Zusammenhang erörterte er die aus seiner Sicht sehr zufriedenstellende Entwicklung der verkauften E-Paper-Auflage und der Digital Abonnements (SK-Plus Abonnenten) im Südkurier Medienhaus. Er schilderte die Entwicklung der Paid-Content-Angebote in Baden-Württemberg und ging auf die Thematik „Unterstützung des lokalen Einzelhandels“ ein, was die Zeitungsverlage mit ihrem Digital Know-how ohne Weiteres leisten könnten, da diese Kundengruppen für das Tagesgeschäft der Verlage von erheblicher Bedeutung seien und man es schon aus wirtschaftlichen Gründen nicht zulassen dürfe, das Feld Dritten zu überlassen.

Von immenser Wichtigkeit für die Verlage sei die Entwicklung auf dem Gebiet der mobilen Nutzung von Inhaltsangeboten im Internet. 69 % aller Internetnutzer in Deutschland hätten einen mobilen Internetzugang und seien auf mehreren Geräten im Internet. Bereits im Jahre 2014 hätte die „mobile Internet-Nutzung“ die Internutzung durch Desktopgeräte überholt. Beispielhaft präsentierte er verschiedene Lösungsansätze von Verlagen aus Baden-Württemberg, so das Projekt „s-vibe“ der StZ, ein App-Konzept mit experimentellem Charakter für junge Zielgruppen sowie das Projekt „BZ Smart“, der Smartphone App für iOS und Android der Badischen Zeitung.

Darüber hinaus zeige sich Anfang 2015 ein gestiegenes Interesse der Deutschen am Kauf eines sog „wearable device“ ab, mit dem sich weitere Nutzungsmöglichkeiten für die User einerseits, für Verlage weitere Vermarktungskanäle andererseits ergeben könnten.

Was die Ausschussarbeit angehe, gebe es die Unterarbeitsgruppe „Social Media“ unter der Führung von Thomas Löbel (Mannheimer Morgen, xmedias), in deren Arbeit es u.a. um alle die Tageszeitung berührenden Fragen hinsichtlich der Einbindung und Nutzung sozialer Netzwerke gehe. Weiterhin gebe es unter Leitung von Sebastian Pantel (Südkurier) eine Arbeitsgruppe Reichweiten. Dort nehme man sich des Themas Reichweitenentwicklung und Reichweitensteigerung in den digitalen Medienkanälen der Verlage an. Die Arbeitsgruppe Local Commerce unter Leitung von Frank Wiedemann, Südwest Presse Online-Dienste GmbH, befasse sich mit dem oben bereits angesprochenen Thema, was die Verlage mit ihrem digitalen Know-how zur Unterstützung des lokalen Einzelhandels vor Ort unternehmen können.

Die Frage gemeinsamer Online-Rubrikenmärkte (Ullrich Villinger, ZV Waiblingen) sei anhand des von der Stuttgarter Zeitungsgruppe initiierten gemeinsamen Immobilienportals einer Überprüfung unterzogen worden. Zusätzlich gebe es unter der Leitung von Stephan Körting, Reutlinger General-Anzeiger, eine gemeinsame Arbeitsgruppe mit dem Anzeigenausschuss, die sich dem Thema „Crossmedia“ mit dem Schwerpunkt auf Vermarktungsstrategien annehme.

Von erheblicher Bedeutung für die Presseunternehmen seien die Fragen des Leistungsschutzrechts für Presseverleger. Nicht hinnehmbar sei eine Diskriminierung der Verlage durch den marktbeherrschenden Suchmaschinenbetreiber, die auf die Wahrung ihres gesetzlich verankerten Leistungsschutzrechtes bestehen würden. Ein von der VG Media angestrengtes Schiedsstellenverfahren beim Deutschen Patent- und Markenamt werde voraussichtlich im Spätsommer 2015 zur Entscheidung kommen. Die VG Media wolle in dem Verfahren einen von ihr nach den Regeln des Urheberrechtswahrnehmungsgesetzes aufgestellten Tarif durchsetzen: Sie verlangt in ihrem Tarif rund 6 % des Gesamtumsatzes von Google mit der Darstellung von Verlagsinhalten aus Deutschland.

Vor dem Landgericht Berlin laufe bereits ein weiteres bedeutendes Verfahren gegen Google. So hätten die Verlage Axel Springer, DuMont und Madsack selbst eine kartellrechtliche Klage eingereicht. Ihrer Ansicht nach habe Google aufgrund seiner Marktbeherrschung eine Gratiseinwilligung der Verlage zur Nutzung ihrer Inhalte erzwungen. Google hatte den Verlagen angekündigt, ohne eine solche Einwilligung die Suchergebnisse nur noch verkürzt anzuzeigen.

VSZV-Geschäftsführer Stephan Bourauel erläuterte die Jahresrechnung des Verbandes 2014, die mit einem geringen Jahresfehlbetrag in Höhe von 2.235,58 Euro abgeschlossen wurde. Rechnungsprüfer Matthias Schlecht (Kreiszeitung Böblinger Bote) trug den Rechnungsprüfungsbericht vor. Die Entlastung von Vorstand und Geschäftsführung erfolgte hierauf einstimmig in getrennten Abstimmungsgängen, bei jeweiliger Enthaltung der Betroffenen. Auf Empfehlung des VSZV-Vorstandes beschloss die Mitgliederversammlung einstimmig, die Abrechnung 2014 zu genehmigen. Einstimmig genehmigt wurde außerdem der von Herrn Bourauel erläuterte Etat-Voranschlag für das Jahr 2015.

Gegenstand der ordentlichen Mitgliederversammlung war die Abstimmung über eine beabsichtigte Satzungsänderung. Der VSZV-Vorstand schlug der Mitgliederversammlung vor, die VSZV-Satzung dahin gehend zu ändern, dass der VSZV-Vorsitzende sowie die Vorsitzenden der VSZV-Fachausschüsse Anzeigen, Vertrieb, Digitale Medien (Fachausschüsse nach § 11 der VSZV-Satzung) mit ihrer Wahl automatisch ordentliche Delegierte in der Delegiertenversammlung des BDZV werden. Hierzu musste § 8 Absatz 4 der Satzung des VSZV geändert werden.

Weiterhin sollte das komplizierte Wahlverfahren zur Bestimmung der stellvertretenden Delegierten geändert werden. Hierzu wurde vorgeschlagen, die Bestimmung des § 7 Absatz 5 lit. b der VSZV-Satzung ersatzlos zu streichen. Da der Vorstand nach den Bestimmungen der VSZV-Satzung aus bis zu 10 Vorstandsmitgliedern bestehen kann (gegenwärtig sind es 9 Vorstandsmitglieder) und der Geschäftsführer ebenfalls stellvertretender Delegierter ist, dürfte eine ausreichende Anzahl von Stellvertretern zur Verfügung stehen, um die Vertretung des VSZV in der BDZV-Delegiertenversammlung zu gewährleisten.

Die Satzungsänderung wurde von den Mitgliedern einstimmig angenommen.

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

Der amtierende Vorsitzende, Valdo Lehari jr., Verleger des Reutlinger General-Anzeiger, wurde einstimmig, ohne Gegenstimmen, bei Enthaltung des Betroffenen, für eine weitere Wahlperiode zum VSZV-Vorsitzenden gewählt. In ihren Vorstandsämtern bestätigt wurden:

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

In der konstituierenden Vorstandssitzung, die nach der Mitgliederversammlung stattfand, wurden, wie bisher, 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. Vor dem Hintergrund der Satzungsänderung beschloss die Mitgliederversammlung, dass der VSZV-Vorsitzende, die stellvertretenden Vorsitzenden sowie die Vorsitzenden der VSZV-Fachausschüsse Anzeigen, Vertrieb und Digitale Medien kraft Amtes ordentliche Delegierte in der BDZV-Delegiertenversammlung sein sollen. Die übrigen Mitglieder des Vorstandes werden mit ihrer Wahl in der Reihenfolge der erhaltenen Stimmen ordentliche bzw. stellvertretende Delegierte. Auf die Durchführung des komplexen Verfahrens zur Bestimmung der stellvertretenden Delegierten wurde durch Beschluss der Mitgliederversammlung verzichtet.

Ebenfalls erfolgte turnusgemäß die Wahl der Ausschuss-Vorsitzenden: In ihren Ämtern bestätigt wurden der Vorsitzende des Anzeigenausschusses Dr. Kurt Sabathil, Schwäbische Zeitung, sowie der Vorsitzende des Vertriebsausschusses Wolfgang Poppen, Badische Zeitung. Als neuer Vorsitzender des VSZV-Ausschusses Digitale Medien wurde Ullrich Villinger, Zeitungsverlag Waiblingen, gewählt. Er löst Rainer Wiesner, Südkurier, in dieser Funktion ab. Dr. Björn Jansen, Mannheimer Morgen, steht weiterhin dem Arbeitskreis Recht und Sozialpolitik vor.

Schließlich waren einzelne Benennungen zu den VSZV-Verbandsgremien erforderlich. Für den VSZV-Anzeigenausschuss wurde Herr Michael Schmierer, Südkurier, als Nachfolger von Herrn Michael Beyer gewählt.

In den VSZV-Ausschuss Digitale Medien wurde Frau Annett Peterhänsel, Heilbronner Stimme, als Nachfolgerin von Herrn Ludwig Ederle berufen. Herr Christian Weiß, Badische Zeitung, wurde Nachfolger von Herrn Manfred Neufang.

Für den VSZV-Vertriebsausschuss erfolgten keine Neubenennungen.

Im Anschluss hieran berichtete Herr Bourauel über die tarif- und sozialpolitische Arbeit des VSZV und des BDZV. In den im Jahre 2014 abgeschlossenen Tarifverhandlungen für Redakteure waren noch drei Tarifthemen ausgeklammert worden: Die Vereinbarung einer sog. Konzernklausel in der urheberrechtlichen Bestimmung des § 17 MTV, die Reform der Aus- und Fortbildung der Volontäre sowie die Anpassung des Altersversorgungstarifvertrages im Sinne der Regelungen, die bereits für den Zeitschriftenbereich gelten (nachgelagerte Besteuerung). Besonderes Augenmerk richtete er auf die sog. Vergütungsregeln für hauptberuf-

VSZV-Jahrestagung 2015 in Pforzheim

lich freie Journalisten, bei denen mittlerweile über eine Anpassung der Texthonorare verhandelt werden soll.

Vor dem Hintergrund einer anstehenden weiteren Verschärfung des Urhebervertragsrechts appellierte Herr Bourauel, die Vergütungsregeln anzuerkennen.

Vortragsveranstaltung am Nachmittag

In der am Nachmittag stattfindenden Vortragsveranstaltung griff Herr Lehari jr. die Diskussion um den Qualitätsjournalismus auf; dieser sei für den Bestand von Pressefreiheit und Demokratie unverzichtbar. Dafür müssten allerdings die politischen Rahmenbedingungen geschaffen werden: So forderte er die Ausdehnung des verringerten Mehrwertsteuersatzes auch auf elektronische Zeitungsprodukte. Im Bereich des Urheberrechtes müsse zudem dafür Sorge getragen werden, dass die Zeitungsverlage in der Refinanzierung ihrer Inhalte nicht einseitig behindert werden, indem großen Unternehmen wie Google der Durchgriff auf Zeitungsinhalte schrankenlos gestattet werde. Weiter habe der Mindestlohn den Zeitungsverlegern eine ausschließlich das Zeitmoment berücksichtigende Entlohnungssystematik aufgezwungen, die den Besonderheiten der Branche nicht gerecht werde. Beunruhigend sei schließlich die Entwicklung, die durch das Votum Bayerns in der Konferenz der Ministerpräsidenten zur regionalisierten Werbung bundesweiter Kabelanbieter ermöglicht worden sei.

Der stellvertretende baden-württembergische Ministerpräsident und Finanzminister Dr. Nils Schmid bezeichnete die Zeitungen nach wie vor als das Leitmedium in Deutschland und insbesondere als das Leitmedium im lokalen Bereich. In Bezug auf die Diskussion um die Mehrwertsteuer verwies er darauf, dass die Thematik mittlerweile in den Gremien der Europäischen Union entschieden werde. Dort werde man sich aber für die Vorschläge der Verleger einsetzen. Auch die Diskussion um die Nachjustierung des Mindestlohngesetzes griff er auf und brachte zum Ausdruck, dass er der von den Verlegern vorgeschlagenen sozialrechtlichen Lösung über die Einordnung der Zustelltätigkeit in den Bereich der haushaltsnahen Dienstleistungen durchaus aufgeschlossen gegenüber stehe.

Der Pforzheimer Oberbürgermeister Hager ging in seinem Grußwort - wie schon Herr Lehari jr. - auf die Rolle des Qualitätsjournalismus ein: Die Tageszeitung heute sei „Kompass in einer inflationär ausufernden Medienwelt“.

Im Anschluss an die Vortragsveranstaltung fand eine Podiumsdiskussion statt, die von Herrn Prof. Michael Haller, emeritierter Professor am Institut für Journalismus und Kommunikationsforschung an der Universität Leipzig, mit einem Impulsvortrag eingeleitet wurde. Dabei stellte er Thesen für erfolgreichen lokalen Journalismus auf, deren Für und Wider im Rahmen der Podiumsdiskussion durch die teilnehmenden Chefredakteure debattiert wurde. Einig waren sich die Chefredakteure in der Bewertung, dass es nicht lediglich die eine große Zielgruppe gebe, vielmehr müssten unterschiedliche Leser auf unterschiedliche Weise angesprochen werden. Man müsse sich immer wieder die Frage stellen, wie man die Lebenswirklichkeit der Leser abbilde.

Abendveranstaltung

Abgerundet wurde die Jahrestagung auf Einladung der Pforzheimer Zeitung mit einem festlichen Abendessen im Gasometer in Pforzheim, in dem zum damaligen Zeitpunkt die Ausstellung des von Yadegar Asisi entworfenen Panoramabildes „Rom 312“ gezeigt wurde. Die faszinierende 360°-Ansicht des alten Rom im Jahr 312 n.Chr. hat die Teilnehmer in ungläubiges Staunen versetzt und bildete einen beeindruckenden Rahmen für das gelungene Abendprogramm, das mit Darbietungen des Percussionisten Roland Härdtner und seiner Combo und des in Pforzheim ansässigen Startenors Jay Alexander angemessen begleitet wurde.

VSZV-Jahrestagung 2015 in Pforzheim

3. Vorstand

Der VSZV-Vorstand trat am 11. Februar, am 15. April sowie am 30. Juli zu Vorstandssitzungen zusammen. Am 27. März 2015 wurde eine Telefonkonferenz abgehalten. Eine für den 11. November 2015 ursprünglich vorgesehene Vorstandssitzung musste abgesagt werden.

In der ersten Vorstandssitzung am 11. Februar 2015 diskutierte der Vorstand in Vorbereitung der kommenden Mitgliederversammlung am 24. April 2015 in Pforzheim neben den allgemeinen Verbandsregularien die Etat-Abrechnung für das Jahr 2014 sowie einen Beschlussvorschlag für den Jahresetat 2015. Es erfolgten Berichte aus dem Anzeigenausschuss, dem Vertriebsausschuss und dem Ausschuss Digitale Medien.

Darüber hinaus stand das Thema „Mindestlohn“ auf der Tagesordnung. Weiterhin wurden die medienpolitischen Themen „regionalisierte Werbung in Kabelnetzen durch nationale Fernsehanbieter“ sowie Fragen des von ARD und ZDF gemeinsam geplanten „Jugendportals“ erörtert.

In der Telefonkonferenz am 27. März 2015 ging es nochmals um die Abrechnung des Verbandsgeschäftsjahres 2014 sowie den Etat-Voranschlag 2015. Darüber hinaus war der Vorschlag einer VSZV-Satzungsänderung zu besprechen. Erörtert wurde, ob der VSZV-Vorsitzende sowie die Vorsitzenden der derzeitigen VSZV-Fachausschüsse nach § 11 der VSZV-Satzung mit ihrer Wahl automatisch ordentliche Delegierte in der Delegiertenversammlung des BDZV werden sollen. Hierzu sei § 8 Absatz 4 der VSZV-Satzung zu ändern. Darüber hinaus war über den Antrag der Fränkischen Nachrichten auf OT-Mitgliedschaft zu beraten.

Gegenstand der Vorstandssitzung am 30. Juli 2015 war die Arbeit des VSZV-Anzeigenausschusses und des VSZV-Vertriebsausschusses. Aus dem Bereich des Anzeigenausschusses wurden die Ergebnisse der VSZV-Arbeitsgruppe Benchmark diskutiert, darüber hinaus der Sachstand in der Arbeitsgruppe Außendienstqualifizierung. Die in dieser Arbeitsgruppe geplante VSZV-Akademie mit dem Schulungsprogramm für Nachwuchs-Mediaberater beabsichtige spätestens im Frühjahr 2016 mit ihrem Seminarprogramm zu starten. Auch die Mindestlohnproblematik war Gegenstand der Sitzung und die Frage, ob über eine sozialversicherungsrechtliche Lösung (Stichwort „haushaltsnahe Dienstleistungen“) eine Absenkung der Sozialabgaben für Zusteller erreicht werden könne und ob diese politisch durchsetzbar sei. Ausführlich wurden die Pläne der Landtagsfraktion der Grünen in Sachen „Amtliche Bekanntmachungen“ diskutiert.

Am 30. Oktober 2015 fand eine weitere Vorstandssitzung statt, in der sich die Vorstandsmitglieder insbesondere mit der BDZV-Verbandsstrukturreform befassten. Nach einem kurzen Überblick von Herrn Dr. Rebmann zum aktuellen Stand der Diskussion um die mit der Reform verbundenen Änderungen u.a. in den BDZV-Gremien entspann sich eine angeregte Diskussion zu den Vor- und Nachteilen der geplanten Reform. Die weiteren Themen der Sitzung waren: Novellierung der Gemeindeordnung in Sachen „Amtliche Bekanntmachungen“ sowie die Erläuterungen der Finanzen des VSZV durch Herrn Bourauel.

4. Landespresseball 2015

Am 13. November 2015 fand in der Stuttgarter Liederhalle der 56. Landespresseball des Landes Baden-Württemberg statt. Rund 2.400 Besucher aus Politik, Wirtschaft und Sport, allen voran der Schirmherr der Veranstaltung, Ministerpräsident Winfried Kretschmann, erlebten einen kurzweiligen Abend mit den unterschiedlichsten Showeinlagen. Den musikalischen Höhepunkt des Abends bildete der Auftritt der britischen Band „Mike & The Mechanics“ um den britischen Songschreiber und Genesis-Gitarristen Mike Rutherford.

Ein weiterer Höhepunkt des Balles war die jährlich stattfindende Tombola, bei der auch dieses Jahr wieder 1.200 attraktive Preise im Wert von mehr als 200.000 Euro verlost wurden. Der Hauptpreis 2014 war ein BMW 228i Active Tourer, gespendet von der BMW Niederlassung Stuttgart. Der Erlös aus den Eintrittsgeldern und der Tombola kommt in Not geratenen Journalisten und ihren Familien zugute.

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 57. Landespresseball findet am 11. November 2016, in der Stuttgarter Liederhalle statt.

5. TV Komm. am 25. Februar 2015 in Karlsruhe

Zum mittlerweile achten Mal trafen sich am 25. Februar 2015 Führungskräfte und Praktiker von Kabelnetz-, IPTV- und Satellitenbetreibern, Radio- und TV-Sendern, Medienhäusern, Produktionsfirmen, Unternehmenskommunikatoren, Vermarktern, Marketingexperten, Strategen und Beratungsunternehmen auf der „Bewegtbildmesse TV Komm. am 25. Februar 2015 in Karlsruhe. Wie in den Jahren zuvor waren der VSZV und sein Schwesterverband VPRA als Medienpartner an dieser Messse beteiligt.

Das Leitthema des Bewegtbild-Kongresses war "Media Mobilisation". In 16 Best-Practice-Workshops präsentieren die Macher aus den Bereichen TV, Radio, Publisher, Internet, Plattformen, Kommunikation, Marketing und Vertrieb Best Cases, wie effektiv und mobil Zielgruppen erreicht und so der eigene Unternehmenserfolg gesteigert werden kann. So präsentierten unter anderem Experten von ProSiebenSat.1, SWR, Media Broadcast, Unitymedia, SKY, Bayerische Medientechnik, Mediamobile, Telefonica, bigFM, Funke Mediengruppe oder Pforzheimer Zeitung ihre Best Cases. Immer wichtiger werden Smartphones, die Wege zu neuen Geschäftsmodellen ermöglichen. Nach Angaben des Bundesverbands Digitale Wirtschaft haben im Jahre 2015 bereits über die Hälfte der Bevölkerung ein Smartphone verwendet, bei den 12- bis 13-Jährigen waren es laut JIM-Studie 2015 bereits nahezu 90 %. Gezielte und intelligente Markenführung für jede Situation und jedes Gerät ist darum für Medienhäuser, für Radio- und Fernsehsender, Publisher und Marken wichtiger denn je. Video on Demand Angebote rücken stärker in den Focus und erreichen den Nutzer auf allen Plattformen. Die Plattformen selbst sowie die Endgeräte speichern aufgrund neuer Möglichkeiten zur Personalisierung immer mehr Daten über ihre Nutzer, deren Vorlieben immer besser erfasst werden können. Daten werden zum neuen digitalen Rohstoff. Im Kongress ging es darum herauszuarbeiten

- Wo und wie werden die Nutzer erreicht?
- Wie kann ich meine Zielgruppen besser verstehen und mit ihnen interagieren?
- Was ist Hype und was ist Zukunftsmodell?

III. Recht und Sozialpolitik

1. Amts- oder Stadtblätter der Kommunen: OLG Stuttgart zeigt Grenzen der Berichterstattung durch ein Amtsblatt auf

Der für Pressesachen zuständige vierte Zivilsenat des Oberlandesgerichts Stuttgart hat in einem einstweiligen Verfügungsverfahren zwischen der Neuen Pressegesellschaft mbH & Co. KG, Verlag der „Südwest Presse“ in Ulm, und der Großen Kreisstadt Crailsheim vorläufig über die Reichweite zulässiger Berichterstattung in einem Mitteilungsblatt der Kommune entschieden. Der Senat hat eine kostenfreie Verteilung verboten, wenn das Stadtblatt so gestaltet ist, wie es in einer konkreten Ausgabe vorgelegt wurde.

Aus Art. 5 GG folgt ein Gebot der Staatsfreiheit der Presse, das als sogenannte Marktverhaltensregel ein wettbewerbswidriges Verhalten begründen kann. Öffentlich-rechtliche Körperschaften dürfen Druckwerke grundsätzlich nur herausgeben, soweit sie damit ihre öffentlichen Aufgaben erfüllen oder in zulässigem Umfang Öffentlichkeitsarbeit betreiben. Die Verbreitung staatlicher Informationen setzt eine Aufgabe der handelnden Stelle und die Einhaltung der gesetzlichen Zuständigkeitsgrenzen voraus. Redaktionelle Beiträge pressemäßiger Art sind nur zulässig, wenn sie mit der öffentlichen Aufgabe zusammenhängen oder von untergeordneter Bedeutung sind. Das Amtsblatt einer Gemeinde darf jedenfalls über die Tätigkeit des Gemeinderates und auch die Aktivitäten des Bürgermeisters und der Gemeindebehörden berichten, soweit die Angelegenheiten der Gemeinde betroffen sind. § 20 der Gemeindeordnung für Baden-Württemberg erlaubt die Unterrichtung über allgemein bedeutsame Angelegenheiten der Gemeinde sowie über wichtige Planungen und Vorhaben, wobei neuerdings auch Raum für Berichte aus den Gemeinderatsfraktionen eingeräumt wird.

Der Verstoß gegen den Grundsatz der Staatsfreiheit der Presse folgt für den Senat schon daraus, dass nach der Homepage der Beklagten das Amtsblatt über das gesamte politische und gesellschaftliche Leben berichtet, gute Qualität in Information und Aufmachung beabsichtigt ist und Inhalte aufgenommen werden, die nicht in den originären Zuständigkeitsbereich der Beklagten fallen (z.B. Bekanntmachungen von anderen Zweckverbänden, Behörden und öffentlich-rechtlichen Institutionen sowie insbesondere lokale Wirtschaftsberichterstattung). Der Oberbürgermeister hat in einem Interview ausgeführt, er begrüße es, dass die Stadt eine eigene Zeitung mit journalistischen Beiträgen herausgebe, er nutze das Stadtblatt als kommunalpolitisches Instrument.

Die Auswertung des maßgeblichen Exemplars des Stadtblatts belegt, dass die Grenzen zulässiger Unterrichtung überschritten sind, weil nicht nur über eigene Projekte und Vorhaben der Stadt und ihrer Verwaltung berichtet wird, keine Beschränkung auf den Bereich der eigenen kommunalen Öffentlichkeitsarbeit erfolgt, sondern eine von der staatlichen Informationsaufgabe losgelöste pressemäßige Berichterstattung über Aktivitäten und Ereignisse mit und ohne Gemeindebezug, beispielsweise eine umfassende Darstellung sonstiger Geschehnisse in der Gemeinde (Kirchen, Verbände, Bürgerinitiativen, Vereine, Sport und vor allem lokale Wirtschaftsnachrichten). Der Grundsatz der Staatsfreiheit erlaubt aber nur die Verbreitung von Informationen aus dem gemeindlichen Bereich (Belange aus dem eigenen Zuständigkeitsbereich der Gemeinde) und die Information über punktuelle Ereignisse, um gegebenenfalls ein Informationsgleichgewicht herzustellen (also umgekehrt ein Informationsdefizit auszugleichen).

Auch der neue § 20 Abs. 3 der Gemeindeordnung für Baden-Württemberg (siehe unter IV Ziff. 1 dieses Jahresberichts), der den Fraktionen des Gemeinderats Gelegenheit gibt, ihre Auffassungen zu Angelegenheiten der Gemeinde im Amtsblatt darzulegen und auf den sich die Gemeinde Crailsheim berufen hatte, ändert nach Auffassung des Senats an oben ge-

nannten Grundsätzen nichts, da diese Erweiterung ausdrücklich auf die Fraktionen beschränkt ist. Eine Erweiterung der Berichterstattungskompetenz der Gemeinde ist damit jedoch nicht verbunden.

Ein Rechtsmittel gegen die Entscheidung des Senats ist nicht gegeben, die Parteien streiten aber bereits im Hauptsacheverfahren vor dem Landgericht Ellwangen über die Berechtigung der Beklagten.

2. Freie Journalisten an Tageszeitungen und gemeinsame Vergütungsregeln an Tageszeitungen (GVR): Weitere Urteile der Instanzgerichte und erste Entscheidungen des BGH

Der BGH hatte im Mai des Jahres 2015 seine ersten beiden Urteile (GVR Tageszeitungen I und II) zur Anwendbarkeit von Gemeinsamen Vergütungsregeln (GVR) veröffentlicht.

2.1. In der Entscheidung „GVR Tageszeitungen I“ (Az.: I ZR 62/14) erklären die Karlsruher Richter, dass eine „angemessene Vergütung“ nur dann in unmittelbarer Anwendung einer gemeinsamen Vergütungsregel (hier der Gemeinsamen Vergütungsregeln für freie hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen vom 29. Januar 2010) bestimmt werden kann, „wenn die darin festgelegten persönlichen, sachlichen und zeitlichen Anwendungsvoraussetzungen vorliegen“; gleichzeitig kommen die Richter aber bei der Festsetzung für „ein angemessenes Zeilenhonorar für die in den Jahren 2008 und 2009 veröffentlichten Textbeiträge“ (also vor Inkrafttreten der Vergütungsregeln) zu dem Ergebnis, dass auch solche gemeinsamen Vergütungsregelungen als Vergleichsmaßstab und Orientierungshilfe herangezogen werden können, deren Anwendungsvoraussetzungen nicht (vollständig) erfüllt sind.

Allerdings wird nicht nach einer Exklusivrechtseinräumung vergütet, sondern nach Auffassung des BGH nach einem einfachen Zweitdruckrecht. Das begründete der BGH damit, dass für die Zweckerreichung (Abdruck eines Bildes oder Artikels in einer Tageszeitung) nun einmal, soweit gerade nichts anderes vereinbart wurde, mehr als ein einfaches Nutzungsrecht nicht erforderlich sei.

2.2. Die Frage, ob dem Journalisten ein Ausfallhonorar zusteht, sei in § 7 Abs. 2 der GVR Tageszeitungen eindeutig geregelt, stellt der BGH in seinem Urteil „GVR Tageszeitungen II“ (Az.: I ZR 39/14) fest: „Danach ist für einen Auftrag, der dem freien Journalisten von der Redaktion oder dem Verlag erteilt wurde, das angemessene Honorar auch dann zu zahlen, wenn der Beitrag termin- und auftragsgemäß abgeliefert, aber nicht veröffentlicht worden ist.“ Auch ein Anspruch auf Ersatz von Fahrtkosten kann in Vergütungsregeln geregelt werden, so im § 5 GVR Tageszeitungen. Dieser Anspruch, so der BGH, könne damit aber nur „für den Zeitraum ab Inkrafttreten der Gemeinsamen Vergütungsregelungen bejaht werden.“ Und im Urteilstenor heißt es: „Fahrtkosten, die einem Journalisten im Zusammenhang mit seiner Recherchetätigkeit entstehen, fallen nicht in den Anwendungsbereich des § 32 UrhG.“

2.3. Das OLG Brandenburg hatte sich in seinem Urteil vom 22. Dezember 2014 – 6 U 30/13 zur Anwendung "Gemeinsamer Vergütungsregeln für freie hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen" außerhalb deren räumlichen Geltungsbereichs geäußert:

Die "Gemeinsamen Vergütungsregeln für freie hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen" können mangels Repräsentativität keine Wirksamkeit für diejenigen ostdeutschen Zeitungsverlegerverbände beanspruchen, die an der Aufstellung nicht beteiligt waren. Denn die Landesverbände, die an der Aufstellung der "Gemeinsamen Vergütungsregeln" beteiligt waren und die bei der Aufstellung durch den Bundesverband der Deutschen

Zeitungsverleger vertreten wurden, repräsentieren lediglich jeweils ihren eigenen bestimmten regionalen Bereich. Die "Gemeinsamen Vergütungsregeln" können nur innerhalb dieses bestimmten, abgegrenzten regionalen Bereichs Anwendung finden.

2.4. Das OLG Karlsruhe hat in seinem Urteil vom 12. Februar 2015 – 6 U 115/13 zur indiziellen Wirkung der "Gemeinsamen Vergütungsregeln für freie hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen" auch vor deren Inkrafttreten entschieden.

Die "Gemeinsamen Vergütungsregeln", die verschiedene Verbände zum 1. Februar 2010 für freie hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen aufgestellt haben, begründen Indizwirkung für die Höhe einer angemessenen Vergütung auch für solche Zeiträume, die nicht allzu weit vor dem Inkrafttreten der Regelungen liegen.

3. Gemeinsame Vergütungsregeln für freie Mitarbeiter – Neufassung

Über eine Neufassung der Gemeinsamen Vergütungsregeln von BDZV, DJV (Deutscher Journalisten-Verband e.V.) und ver.di, die für den Textbereich für freie hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen mit Wirkung zum 1. Februar 2010, für Fotohonorare mit Wirkung zum 1. Mai 2013 in Kraft getreten sind, verhandelte der BDZV mit Vertretern der Gewerkschaften DJV und ver.di am 26. Juni in Berlin sowie am 15. Oktober 2015 in Stuttgart.

Hintergrund der laufenden Gespräche war die Aufforderung der beiden Gewerkschaften, die derzeitigen Honorare Text um 10 Prozent, die Honorare Foto um 1,8 Prozent zu erhöhen. Der BDZV stellte dieser Forderung im Juni 2015 einen inhaltlich vollständig überarbeiteten Entwurf der Gemeinsamen Vergütungsregeln gegenüber. Dazu hatten die Gewerkschaften einen Gegenentwurf erarbeitet und vorgestellt. Erwartungsgemäß zielt dieser auf eine Beibehaltung der bisherigen Regelungen ab, bzw. verschärft die jetzige Regelungsgrundlage punktuell.

Die Verhandlungen waren von dem vom Bundesministerium für Justiz (BMJ) veröffentlichten ersten Referentenentwurf zum Urheberrecht und dessen Neuerungen begleitet. Diese hatten in den beiderseitigen Entwürfen zwar noch keine Berücksichtigung gefunden; da aber auch im zwischenzeitlich aus Verlegersicht leicht entschärften zweiten Gesetzentwurf erhebliche Erschwerungen und Verschärfungen für die Verwerter enthalten sind, sollten diese Umstände bei den bestehenden Verhandlungen ebenfalls Berücksichtigung finden.

Eine sinnvolle Annäherung der Parteien konnte in den ersten Verhandlungsrunden noch nicht erreicht werden. Die Gespräche sollen jedoch fortgesetzt werden.

4. Klageverfahren gegen den Verteilungsplan der VG Wort: Beteiligung der Verlage an den von der VG Wort erhobenen Urheberrechtsabgaben

In der mündlichen Verhandlung im Klageverfahren eines wissenschaftlichen Autors gegen den Verteilungsplan der VG Wort (Az. I ZR 198/13) vor dem Bundesgerichtshof (BGH) am 10. März 2016 ist immer noch kein Urteil ergangen. Der Ausgang des Rechtsstreits ist weiterhin offen. Das Gericht hat die Verkündung einer Entscheidung für den 21. April 2016 angekündigt.

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hatte am 12. November 2015 seine Entscheidung in dem Vorlageverfahren Reprobel ./. Hewlett Packard (C-572/13) verkündet und damit die gegenwärtige Praxis der Verlegerbeteiligung insgesamt in Frage gestellt. Die Entscheidung des EuGH bezog sich auf die gesetzliche Regelung der Verlegerbeteiligung in Belgien. Da es aber bei Vorlageverfahren des EuGH stets um die Auslegung von europäischem Recht geht,

kann sie darüber hinaus auch Bedeutung für sämtliche Mitgliedstaaten der Europäischen Union haben, in denen Verlage an den Einnahmen aus gesetzlichen Vergütungsansprüchen beteiligt werden.

Zuvor hatte in Deutschland der BGH mit Beschluss vom 18. Dezember 2014 das Klageverfahren gegen den Verteilungsplan der VG Wort ausgesetzt, um das Urteil des EuGH abzuwarten. Nachdem der EuGH entschieden hatte, wurde das Verfahren vom BGH wieder aufgenommen und als Verhandlungstermin der 10. März 2016 festgelegt.

5. Tarifverhandlungen für Redakteure und Redakteurinnen an Tageszeitungen

Fristgerecht haben im Herbst des Jahres 2015 sowohl der DJV als auch die dju in ver.di den Gehaltstarifvertrag für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen zum 31. Dezember 2015 gekündigt. Die Kündigung erstreckte sich auch auf den sog. § 12a-Tarifvertrag für die arbeitnehmerähnlichen freien Journalisten.

Der Deutsche Journalistenverband (DJV) fordert eine Anhebung der Gehälter und Honorare für Redakteurinnen und Redakteure sowie für arbeitnehmerähnliche Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen in Höhe von 4,5 %. Die Laufzeit des neuen Gehaltstarifvertrages soll 12 Monate betragen. Weiter will der DJV eine angemessene Zulage für diejenigen Volontärsausbilder erzielen, die weniger als die Hälfte ihrer Arbeitszeit der Betreuung von Volontären widmen. Die dju in ver.di fordert 5 % mehr Geld für alle festen und freien Tageszeitungsjournalisten, mindestens aber 200 Euro Gehaltserhöhung.

In den ersten zwei Verhandlungsrunden am 10. Februar und am 10. März 2016 in Frankfurt hat noch keine wesentliche Annäherung der Tarifparteien stattgefunden. Die Verhandlungen sollen im April 2016 fortgesetzt werden.

6. Tarifverhandlungen für die Angestellten der Zeitungverlage

Der VSZV hat in den Jahren zuvor das Tarifergebnis der Druckindustrie in die eigenen Tarifverträge übernommen.

Die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) fordert für die rund 140.000 Beschäftigten der Druckindustrie in der anstehenden Tarifrunde 5 % mehr Lohn bei einer Laufzeit von 12 Monaten. Die Tarifkommission hat am 17. Februar 2016 die Lohnforderung für das Jahr 2016 aufgestellt und beschlossen, das geltende Lohnabkommen zum 31. März 2016 zu kündigen.

Mit Schreiben vom 22. Februar 2016 hat die Gewerkschaft ver.di dann erwartungsgemäß den Gehaltstarifvertrag **für die Angestellten der Zeitungsverlage in Baden-Württemberg** fristgerecht zum 31. März 2016 gekündigt. Für den Neuabschluss fordert die Gewerkschaft die Erhöhung der Gehälter und Ausbildungsvergütungen ab dem 1. April 2016 um 5 % für die Laufzeit von 12 Monaten.

7. Mindestlohn

7.1. Entscheidungen der Arbeitsgerichte

Nachdem das Mindestlohngesetz (MiLoG) mit Wirkung zum 1. Januar 2015 in Kraft getreten ist, ergingen im Berichtsjahr erste untergerichtliche Gerichtsentscheidungen, die Konkretisierungen zum Anwendungsbereich des Gesetzes enthalten. Endgültige Klarheit und Rechtssicherheit für die betriebliche Praxis werden jedoch erst die höchstrichterlichen Entscheidungen des Bundesarbeitsgerichts bringen. Gleichwohl haben auch die folgenden Entscheidungen Bedeutung für die Handhabung des MiLoG im Verhältnis zu den Kontrollbehörden des

Zolls: Ein Arbeitgeber, der sich auf eine in der Rechtsprechung vertretene, für ihn günstige Rechtsposition beruft, handelt nicht vorwerfbar und damit nicht fahrlässig ordnungswidrig i.S.d. §§ 21 Abs. 1 Nr. 9, 20 MiLoG – selbst dann, wenn das BAG am Ende eine andere Rechtsauffassung vertritt.

7.1.1. Anwendungsbereich der Ausnahmevorschrift für Zusteller nach § 24 Abs. 2 MiLoG

Das Arbeitsgericht Nienburg hat mit Urteil vom 13. August 2015, Az. 2 Ca 151/15 entschieden, dass ein Zeitungszusteller, der Zeitungen und Anzeigenblätter austrägt und dabei ab und zu auch händisch Werbeprospekte in die Zeitungen oder Anzeigenblätter einlegt, nicht „ausschließlich“ Zeitungen und Anzeigenblätter zustellt und damit nicht unter die Ausnahmevorschrift des § 24 Abs. 2 MiLoG fällt.

Die Kammer ist der Auffassung, dass sich der Begriff „ausschließlich“ nicht nur auf das Produkt „Zeitung/Anzeigenblatt“ beziehe, sondern vielmehr produkt- und tätigkeitsbezogen sei. Danach führe allein das Zustellen von Zeitungen und Anzeigenblättern zum Eingreifen des abgesenkten Mindestlohns in Höhe von 6,38 Euro. Andere produktbezogene Tätigkeiten, wie etwa das händische Einlegen von Beilagen in Presseprodukte, seien hingegen nicht von der Ausnahmevorschrift geschützt. Das händische Einsortieren sei somit nicht mehr Teil der Zustelltätigkeit. Ein Zusteller, der diese Tätigkeit zusätzlich ausübt, habe folglich Anspruch auf den vollen gesetzlichen Mindestlohn in Höhe von 8,50 Euro.

Das Arbeitsgericht Nienburg verfolgt mit dieser Entscheidung eine sehr einschränkende Auslegung der Ausnahmevorschrift des § 24 Abs. 2 MiLoG, was den Anwendungsbereich der Regelung in der Praxis weiter minimiert. Der betroffene Verlag hat gegen das Urteil Berufung eingelegt. Es bleibt abzuwarten, ob das LAG Niedersachsen die Auffassung des Arbeitsgerichts Nienburg im Berufungsverfahren (Az. 13 Sa 848/15) bestätigt.

7.1.2. Anrechenbarkeit von Zulagen, Zuschlägen und anderen Vergütungsbestandteilen

Uneins sind sich die Arbeitsgerichte bei der Frage, welche entgeltlichen Leistungen des Arbeitgebers auf den Mindestlohn anrechenbar sind.

So hat das Arbeitsgericht Berlin mit Urteil vom 4. März 2015 (Az. 54 Ca 14420/14) entschieden, dass eine Anrechnung von Urlaubs- und Weihnachtsgeld auf den Mindestlohn schon deshalb nicht in Betracht komme, weil es sich nicht um solche Zahlungen handele, die der Vergütung der „Normalleistung“ des Arbeitnehmers dienen. Letzteres sei aber Zweck des Mindestlohnes. Das Urlaubsgeld sei darauf gerichtet, die im Urlaub entstehenden Zusatzkosten zu kompensieren, die jährliche Einmalzahlung (Weihnachtsgeld) darauf, die Betriebstreue zu honorieren. Damit würden diese Zahlungen regelmäßig nicht für eine Normalleistung des Arbeitnehmers gezahlt. Dieser Argumentation schloss sich das Arbeitsgericht Bautzen (vom 25. Juni 2015, Az. 1 Ca 1094/15) ausdrücklich an. Das Berufungsgericht hat die Auffassung des Arbeitsgerichts Berlin ebenfalls bestätigt (LAG Berlin-Brandenburg vom 25. September 2015, Az. 8 Sa 677/15).

Anderer Auffassung ist hingegen das Arbeitsgericht Herne (vom 7. Juli 2015, Az. 3 Ca 684/15). Hiernach können diese Zahlungen des Arbeitgebers dann auf den Mindestlohn angerechnet werden, wenn sie monatlich und unwiderruflich ausbezahlt werden. Die anteiligen Zahlungen haben der Kammer zufolge Entgeltcharakter, weisen einen unmittelbaren Bezug zur Arbeitsleistung auf und seien damit auch mindestlohnrelevant. Das Gericht bezieht sich dabei auf die Gesetzesbegründung zum Mindestlohngesetz (BT-Drs. 18/1558, S. 67) und steht damit im Einklang zu den Vorgaben des Europäischen Gerichtshofs zur Entsendericht-

linie. Das Berufungsverfahren vor dem Landesarbeitsgericht Hamm (Az. 18 Sa 1279/15) ist noch anhängig.

In diesem Sinne hat auch das Arbeitsgericht Düsseldorf in seiner Entscheidung vom 20. April 2015 (Az. 5 Ca 1675/15) die Auffassung vertreten, dass all diejenigen Zahlungen mindestlohnwirksam seien, die als Gegenleistung für erbrachte Arbeitsleistung mit Entgeltcharakter jeweils im gesetzlichen Fälligkeitszeitraum nach § 2 Abs. 1 MiLoG ausbezahlt werden.

Zur Begründung führte die Kammer aus, der Gesetzgeber verfolge mit dem MiLoG in erster Linie das Ziel, die Zahlung unangemessen niedriger Löhne zu verhindern. Bei dieser Zwecksetzung könne es allein auf die Höhe der Zahlung selbst ankommen und nicht darauf, worauf sie beruht. Demnach sind nach Auffassung der Arbeitsrichter Provisionen und Boni mit Entgeltcharakter und unmittelbarem Bezug zur Arbeitsleistung „Lohn im eigentlichen Sinne“ und damit auf den Mindestlohnanspruch anrechenbar.

7.2. Weitere Maßnahmen

Bereits im Gesetzgebungsverfahren wurde die sogenannte „sozialversicherungsrechtliche Lösung“ diskutiert, wonach Zeitungszusteller als "haushaltsnahe Dienstleister" sozialversicherungsrechtlich privilegiert werden sollten. Wie im Sozialversicherungsrecht für geringfügig Beschäftigte in Privathaushalten bereits angelegt, sollte auch für Zeitungszusteller die pauschale Sozialabgabe von derzeit 28 % auf 10 % abgesenkt werden. Eine solche Regelung konnte sich im weiteren Gesetzgebungsverfahren zwar nicht durchsetzen, es ist jedoch nach wie vor erklärtes Ziel von VSZV und BDZV, zu einer Absenkung der Sozialabgaben für Zusteller zu gelangen und auf diese Weise eine Entlastung der Verlage herbeizuführen. In diesem Zusammenhang ist im Jahr 2016 eine Bundesratsinitiative geplant.

8. Höhe der Nachtzuschläge für Zeitungszusteller

Das Bundesarbeitsgericht (BAG) hat am 9. Dezember 2015 (Az. 10 AZR 423/14) entschieden, dass Arbeitgeber für regelmäßige Nachtarbeit einen Zuschlag von mindestens 25 % zu bezahlen haben, falls einschlägige tarifvertragliche Regelungen fehlen. Konkret ging es in dem vom BAG zu entscheidenden Fall um einen Lkw-Fahrer, der für seinen nächtlichen Einsatz einen Zuschlag in Höhe von 30 % verlangte, den der 10. Senat auch zusprach.

In ihren Entscheidungsgründen betonten die Erfurter Richter, dass im Einzelfall ebenso eine Verringerung des Nachtarbeitszuschlags in Betracht komme, beispielsweise bei geringerer Belastung während der Nachtarbeit in Form von Bereitschaftszeiten. Gleiches gelte dann, wenn das Ziel des Gesetzgebers, Nachtarbeit zu vermeiden, aus zwingend mit der Art der Tätigkeit verbundenen Gründen unvermeidbar ist. Die Nachtarbeit könne in diesen Fällen durch eine durch den Zuschlag erreichbare Verteuerung gerade nicht vermieden werden. Auch in einem solchen Fall sei jedoch ein Zuschlag in Höhe von 10 % regelmäßig die Untergrenze dessen, was als angemessen angesehen werden kann.

Vor diesem Hintergrund ist eine **Reduzierung des Nachtarbeitszuschlags in der Zeitungszustellung weiterhin vertretbar** (so mit obiger Argumentation schon LAG Köln v. 2. September 2005 – 12 Sa 132/05 sowie BAG v. 11. Februar 2009 – 5 AZR 148/08). Da die Tageszeitungszustellung ausschließlich in der Zeit bis 6.00 Uhr erfolgen kann, kann die Nachtarbeit wegen der Art der Tätigkeit durch den Zuschlag nicht vermieden werden. Zudem lässt sich argumentieren, dass mit der Zeitungszustellung gegenüber echter Nachtarbeit eine deutlich geringere Belastung verbunden ist: Der Zeitungszusteller muss lediglich „früher aufstehen“ und arbeitet nur wenige Stunden während der Nachtzeit.

9. UWG-Novelle

Das neue Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) ist am 09. Dezember 2015 im Bundesgesetzblatt veröffentlicht worden und damit am 10. Dezember 2015 in Kraft getreten.

Die Änderungen am UWG waren notwendig geworden, da der deutsche Gesetzgeber 2008 die "Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken" (UGP-RL) nicht korrekt umgesetzt hatte und die EU-Kommission deshalb ein Vertragsverletzungsverfahren eingeleitet hatte.

Im Wesentlichen handelt es sich bei den Änderungen um solche redaktioneller Art. Folgende Änderungen sind jedoch hervorzuheben:

- Die Tatbestände zu Verkaufsförderungsmaßnahmen und Preisausschreiben (§ 4 Nr. 4 und 5 UWG 2008) entfallen dort, ihr Regelungsgehalt wird jetzt von den §§ 5 und 5 a Abs. 2 und 4 abgedeckt.

- Die Regelung zur Kopplung bei Gewinnspielen in § 4 Nr. 6 UWG 2008 wurde ersatzlos gestrichen.

  Der EuGH hatte bereits im Jahre 2010 entschieden, ein solch absolutes Kopplungsverbot – wie es obige Vorschrift vorsieht und wonach eine Kopplung von Warenerwerb und Gewinnspielteilnahme regelmäßig unzulässig war – sei europarechtswidrig. Diese Entscheidung hatte zur Folge, dass deutsche Gerichte die Norm des § 4 Nr. 6 UWG europarechtskonform auszulegen haben. Der deutsche Gesetzgeber ist seiner Verpflichtung aus der genannten EuGH-Rechtsprechung nunmehr durch die Streichung der bisherigen Regelung in § 4 Nr. 6 UWG 2008 nachgekommen. Nach neuer Rechtslage stellt folglich nicht jede Kopplung von Gewinnspiel und Waren-/Dienstleistungserwerb eine unzulässige Maßnahme im Sinne des Wettbewerbsrechts dar; vielmehr ist nun im Einzelfall zu prüfen, ob das Verhalten des Verbrauchers in unlauterer Weise durch die Kopplung beeinflusst wird und hierin dann ein Wettbewerbsverstoß zu sehen sein kann.

- Zu den Informationspflichten, die erteilt werden müssen, wird im neuen § 5 a Abs. 5 der Art. 7 Abs. 3 der UGP-RL umgesetzt. Damit sind "räumliche oder zeitliche Beschränkungen" des Kommunikationsmittels zu berücksichtigen sowie auch "alle Maßnahmen des Unternehmers, um dem Verbraucher die Informationen auf andere Weise als durch das Kommunikationsmittel nach Nummer 1 zur Verfügung zu stellen." Zu dieser neuen Vorschrift heißt es in der Gesetzesbegründung: "Zu denken ist hier etwa an Konstellationen, dass Werbeanzeigen oder Werbezettel nicht über ausreichenden Platz verfügen, um sämtliche nach Absatz 3 und 4 wesentlichen Informationen dort unterzubringen, jedoch in deutlicher Weise etwa auf eine Internetseite verwiesen wird." Damit soll eine Änderung der Rechtsprechung einhergehen, die künftig zulässt, dass **in (Klein-)Anzeigen auf das Internet verwiesen** wird, wenn in der Anzeige selbst nicht "sämtliche" Informationen erteilt werden können.

IV. Medienpolitik

1. Reform der Gemeindeordnung

Seit Ende der neunziger Jahre wurde durch die baden-württembergische Landespolitik in mehreren Anläufen versucht, die Gemeindeordnung und die Verordnung zur Durchführung amtlicher Bekanntmachungen zu ändern. Ziel der Politik war es, das gemeindliche Mitteilungswesen den Erfordernissen des Internetzeitalters anzupassen. So sollte die Mitteilungstätigkeit aus der traditionell gewachsenen Veröffentlichungsmethode, der Publikation in den örtlichen Tageszeitungen, herausgelöst werden und in kommunal verwaltete Internetportale verlegt werden. Das war immer wieder auch das erklärte Ziel der Vereinigungen der kommunalen Verwaltungsträger, dem Städte-, dem Gemeinde- sowie dem Landkreistag. In den Jahren 2005 und 2007 legte die Landesregierung daraufhin entsprechende Gesetzesentwürfe vor, die vorerst nicht realisiert wurden. Man folgte der Argumentation des VSZV, der darlegen konnte, dass die Reichweite solcher Portale nach wie vor nicht an diejenigen der Tageszeitungen heranreiche. Damit würden weite Teile der Bevölkerung von wichtigen Informationen abgeschnitten.

Allerdings war bereits im Jahre 2007 erkennbar, dass es lediglich eine Frage der Zeit sein konnte, bis diese Thematik wieder auf die Agenda der Landespolitik gesetzt werden würde. Nach grundsätzlicher Erörterung dieser Fragen im Ministerrat im Herbst 2014 ist dies dann im Jahre 2015 durch einen neuerlichen Gesetzesentwurf der Landesregierung erfolgt. War in den vorhergehenden Verfahren der Verband von den zuständigen politischen Institutionen immer rechtzeitig zu den geplanten Anhörungen zur Äußerung eingeladen oder zur Stellungnahme aufgefordert worden, ist dies im Zuge des neu initiierten Gesetzgebungsverfahrens unterblieben. So musste der Verband erst aus Pressemitteilungen erfahren, dass unterschiedliche Interessenträger zu einem solchen Gesetzesentwurf durch das Innenministerium gehört worden waren und dass nun beabsichtigt war, einen solchen Entwurf zur parlamentarischen Beratung einzureichen.

Umgehend hat der VSZV Anfang Juli 2015, noch bevor der Entwurf dem Landtag zur Bewertung vorgelegt worden war, zu den erneuten Plänen gegenüber Innen- und Staatsministerium Stellung genommen und dargelegt, dass man mit der Umsetzung dieser Pläne den baden-württembergischen Tageszeitungen deren bewährte Funktion als nach wie vor reichweitenstärkstes Bekanntmachungsorgan entziehe. Den Tageszeitungen würden, ausschließlich politisch bedingt, innerhalb kürzester Zeit erhebliche finanzielle Mittel entzogen, die für die Aufrechterhaltung einer qualifizierten regionalen und lokalen Berichterstattung unerlässlich seien. Damit werde ein weiteres Mal die Funktion der Presse in ihrer verfassungsrechtlich geschützten Position erheblich geschwächt.

Mit dem Gesetzentwurf der Landesregierung zur Änderung der kommunalverfassungsrechtlichen Vorschriften vom 3. August 2015 (Landtagsdrucksache 15/7265) wurde das Gesetzgebungsverfahren demnach eröffnet.

Das geplante Gesetz enthielt an wesentlichen Stellen einige Vorschriften, welche die Rechte der Presse entschieden beeinträchtigten. Der als sog. Artikelgesetz vorgelegte Gesetzesentwurf enthielt einen Vorschlag zur Änderung der Verordnung zur Durchführung der Gemeinde- und der Landkreisordnung und sah unter anderem vor, dass neben der weiterhin bestehenden Veröffentlichungsmöglichkeit von amtlichen Bekanntmachungen in kommunalen Amtsblättern diese alternativ nicht mehr (wie bisher) in einer „bestimmten, regelmäßig, mindestens einmal wöchentlich erscheinenden Zeitung“, sondern lediglich in einem „bestimmten, regelmäßig erscheinenden Druckwerk“ veröffentlicht werden“.

Darüber hinaus wurden in der breitgefächerten politischen Diskussion noch viel weitergehende Vorschläge diskutiert. So wurde etwa vorgeschlagen, letztendlich nur noch die alleinige Veröffentlichung von amtlichen Bekanntmachungen im Internet zuzulassen.

Schließlich sollte ein neuer § 20 Absatz 3 in die Gemeindeordnung aufgenommen werden. Die Bestimmung sollte wie folgt lauten: „Gibt die Gemeinde ein eigenes Amtsblatt heraus, das sie zur regelmäßigen Unterrichtung der Einwohner über die allgemein bedeutsamen Angelegenheiten der Gemeinde nutzt, ist den Fraktionen des Gemeinderats Gelegenheit zu geben, ihre Auffassungen zu Angelegenheiten der Gemeinde im Amtsblatt darzulegen. Der Gemeinderat regelt in einem Redaktionsstatut für das Amtsblatt das Nähere, insbesondere den angemessenen Umfang der Beiträge der Fraktionen. Er hat die Veröffentlichungen von Beiträgen der Fraktionen innerhalb eines bestimmten Zeitraums von höchstens sechs Monaten vor der Wahl auszuschließen“.

Beiden Vorhaben hat der VSZV in verschiedenen Stellungnahmen gegenüber dem federführenden Innenministerium (Innenminister Reinhold Gall) und dem Staatsministerium (Staatsministerin Silke Krebs und Staatssekretär Klaus-Peter Murawski) auf das entschiedenste widersprochen. Auch in unmittelbarer Kontaktaufnahme mit den zur Beratung der Gesetzesänderung befassten Mitgliedern des Innenausschusses sowie den den Gesetzesentwurf mittragenden Fraktionen wurde versucht, die negativen Auswirkungen der Umsetzung dieser Vorhaben auf die lokalen und regionalen Zeitungsverlage zu verdeutlichen. Gerade was die Aufnahme der neuen Vorschrift des § 20 Absatz 3 der Gemeindeordnung angeht, hat der VSZV durch ein Gutachten des Mainzer Medienrechtlers Prof. Dieter Dörr, Johannes-Gutenberg-Universität Mainz, umfassend dargelegt, dass durch die neue Vorschrift nicht nur gegen verfassungsrechtlich geschützte Rechte der Presse aus Art. 5 GG, sondern im Speziellen auch gegen wettbewerbsrechtliche Vorschriften verstoßen wird.

In diesem Zeitraum entspann sich bereits zwischen unserem Mitgliedsunternehmen, der Neuen Pressegesellschaft Ulm, und der Stadt Crailsheim, eine gerichtliche Auseinandersetzung über den Berichterstattungsumfang eines kostenlos an alle Haushalte verteilten, neu gestalteten Gemeindeblatts (siehe im Einzelnen unter III Ziff. 1 in diesem Jahresbericht). Dieser Rechtsstreit berührte auch einzelne, im Zusammenhang mit der vorgesehenen Gesetzesänderung in § 20 Abs. 3 GemO (neu) aufgeworfene Fragen.

Leider konnten in den zwei Lesungen und den Beratungen durch den Innenausschuss lediglich eingeschränkt Änderungen durchgesetzt werden. So gelang es zumindest, im Bereich der Durchführungsverordnung zur Gemeindeordnung zur zweiten Lesung eine Korrektur des bisherigen Gesetzesentwurfes durch die Regierungsfraktion „Die Grünen“ zu erreichen: Die im Gesetzentwurf des Innenministeriums enthaltene Veröffentlichungsmöglichkeit in einem „bestimmten, regelmäßig erscheinenden Druckwerk" wurde in der zweiten Lesung dahingehend korrigiert, dass Öffentliche Bekanntmachungen auch fortan durch „Einrücken in eine bestimmte regelmäßig erscheinende Zeitung" erfolgen können.

Unverändert beibehalten wurde jedoch die neu aufgenommene Bestimmung des § 20 Abs. 3 GemO. Hier wurde argumentiert, dass die Gemeinderats- bzw. Kreistagsmitglieder in ihrem Redaktionsstatut die Veröffentlichungsform öffentlicher Bekanntmachungen selbst festlegen würden. So sei davon auszugehen, dass dies unter Berücksichtigung der lokalen bzw. regionalen Gegebenheiten der Zeitungslandschaft umgesetzt werde. Der Erhalt einer vielfältigen Zeitungslandschaft werde dabei allerorten im Interesse der Rätinnen und Räte liegen.

Das wird allerdings abzuwarten sein. Es sei hier auf den oben bereits angesprochenen und an anderer Stelle dieses Jahresberichts ausführlicher geschilderten Rechtsstreit zwischen der Neuen Pressegesellschaft Ulm und der Stadt Crailsheim hingewiesen, in dem erstmalig ein Landgericht nach Inkrafttreten des Gesetzes (allerdings noch im einstweiligen Verfü-

gungsverfahren) zur grundsätzlichen Ausgestaltung des Berichterstattungsumfanges einer gemeindlichen Publikation Stellung genommen hat.

Bedauerlicherweise ist also mit der Entscheidung des Gesetzgebers zur Gestaltung gemeindlicher Publikationstätigkeit in § 20 Abs. 3 GemO keine Rechtssicherheit erreicht worden, es steht im Gegenteil zu befürchten, dass es zu weiteren gerichtlichen Auseinandersetzungen in ähnlich gelagerten Fällen kommen wird.

Das Gesetz zur Änderung kommunalverfassungsrechtlicher Vorschriften ist mit Wirkung zum 1. Dezember 2016 in Kraft getreten. Neben den Regelungen in § 20 Abs. 3 GemO und der Durchführungsverordnung zur Gemeindeverordnung (DVO GemO) wurde in entsprechender Weise auch die Verordnung zur Durchführung der Landkreisordnung (DVO LKrO) abgeändert.

2. Reform des Urhebervertragsrechts

Im Oktober des Berichtsjahres hatte das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) den Referentenentwurf eines "Gesetzes zur verbesserten Durchsetzung des Anspruchs der Urheber und ausübenden Künstler auf angemessene Vergütung“ vorgelegt. Der Gesetzentwurf hat das Ziel, die Belange der Urheber und ausübenden Künstler zu stärken. Zu diesem Zweck sollen eine Reihe von Regelungen im Urheberrechtsgesetz geändert bzw. neu eingeführt werden:

- Nach § 32 Abs. 2 Satz 2 des Entwurfs soll unter anderem die bisherige Möglichkeit einer Pauschalvergütung zurückgedrängt werden zugunsten einer Regelung für eine „angemessene Vergütung“ bezüglich jeder einzelnen Nutzung. Dabei nennt die Gesetzesbegründung ausdrücklich neben der analogen Nutzung auch die Online-Nutzung in der Presse.

- Korrespondierend hierzu soll der Urheber nach § 32 d UrhG-E einen jährlichen Anspruch auf Auskunft und Rechenschaft haben. Der Auskunftsanspruch richtet sich auf den Umfang jeder Werknutzung, der Anspruch auf Rechenschaft darauf, welche Erträge und Vorteile der Verwerter, also der Verlag, durch die Nutzung hatte.

- Weiter soll dem Urheber, sofern er seine Rechte ausschließlich übertragen hat, nach fünf Jahren ein Rückrufrecht zustehen (§ 40 a UrhG-E). Von diesen Regelungen soll nur durch Tarifvertrag oder gemeinsame Vergütungsregeln abgewichen werden dürfen.

- Schließlich ist in § 36 Abs. 2 Satz 2 UrhG-E ein Verbandsklagerecht vorgesehen, das den Gewerkschaften die Möglichkeit der Klage einräumen würde, ohne sich hierfür eines freien Journalisten bedienen zu müssen.

Nach Auffassung des BDZV belasten die im Entwurf enthaltenen Regelungen die Zeitungs- und Zeitschriftenhäuser wirtschaftlich unnötig und würden einer Zusammenarbeit zwischen Presseverlagen und freien Urhebern schaden statt nützen. So berücksichtigt der Gesetzentwurf nicht, dass bereits seit Jahren kollektive Regelungen für die Presse im Bereich des Urhebervertragsrechts bestehen. Durch die Vorgabe einer jeweils gesonderten Vergütung des Urhebers für denselben Beitrag in der gedruckten und elektronischen Ausgabe werden die Marktbedingungen und das geänderte Nutzerverhalten der Leser grundlegend verkannt: Der Leser eines digital angebotenen Artikels nutzt denselben Inhalt in der Regel nicht auch noch in der gedruckten Version. Weiter wird mit der Ausweitung der bestehenden Auskunftsansprüche von Urhebern gegenüber den Verlagen eine enorme Bürokratie aufgebaut. Schließ-

lich würde das neue Rückrufrecht der Autoren nach fünfjähriger Verwertung die zeitgeschichtliche Dokumentationsfunktion der digitalen Verlags-Archive gefährden. Die vorgesehene fünfjährige Befristung für eine Verwertung würde darüber hinaus den Autoren selber wirtschaftlich schaden, weil die betreffenden Artikel und Fotos einen dann nur begrenzteren Wert für den Verlag darstellen würden. Dies würde zudem die bisherigen Verhandlungsergebnisse zu den gemeinsamen Vergütungsregeln zwischen Autoren und Verlagen infrage stellen.

Mit diesen und weiteren Argumenten hat sich der BDZV in Gesprächen mit dem federführenden Bundesjustizminister Heiko Maas sowie relevanten Ministerien und politischen Entscheidungsträgern schon frühzeitig ausdrücklich gegen diesen Entwurf ausgesprochen. Zum Ende des Berichtsjahres hatte der BDZV gemeinsam mit dem Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) und dem Verband Deutscher Lokalzeitungen (VDL) eine ausführliche Stellungnahme erarbeitet, in der auf die Auswirkungen der vorgeschlagenen Gesetzesänderungen in aller Deutlichkeit hingewiesen wurde. Die vom BDZV im Berichtsjahr in Auftrag gegebenen gutachterlichen Stellungnahmen zu verfassungs-, wettbewerbs- und kartellrechtlichen Aspekten der Reform des Urhebervertragsrechts unterstützen den BDZV in seiner Argumentation.

Zwischenzeitlich wurde der Referentenentwurf noch einmal überarbeitet und einige im ersten Entwurf vorgesehene Regelungen – so unter anderem das faktische Verbot von pauschalen Vergütungsvereinbarungen – entschärft. Gleichwohl bleibt weiter Anlass zur Kritik, die BDZV und VSZV im weiteren Verlauf des Gesetzgebungsverfahrens mit Nachdruck in den politischen Diskurs einbringen werden.

3. Regionalisierte Fernsehwerbung bundesweiter TV-Anbieter

Der zum 1. Januar 2016 in Kraft getretene Achtzehnte Rundfunkänderungsstaatsvertrag (18. RÄStV) sieht nun ein grundsätzliches Verbot regionaler Werbung in bundesweiten Fernsehprogrammen (öffentlich-rechtlich und privat) mit der Option einer Öffnungsklausel durch den jeweiligen Landesgesetzgeber vor. Hintergrund der Änderung war das Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 17. Dezember 2014, welches entgegen der bisher herrschenden Rechtsauffassung eine Regionalisierung der Werbung von bundesweiten Fernsehprogrammen auf der bisherigen rechtlichen Basis überraschend für zulässig erachtet hatte.

Der VSZV hatte zusammen mit seinem Schwesterverband, dem Verband Privater Rundfunkanbieter Baden-Württemberg e.V. (VPRA) immer wieder im Staatsministerium und gegenüber der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) dargelegt, dass regulatorischer Handlungsbedarf bestehe, um die Angebotsvielfalt und damit die Meinungsvielfalt in den privaten lokalen und regionalen Medien zu stärken. Lokale und regionale Informationen stießen auf erhebliches Publikumsinteresse und stellten damit einen öffentlichen Mehrwert dar. Die Zulassung regionaler Werbung für bundesweit agierende Fernsehanbieter ließe einen weiteren Entzug der ohnehin sich immer schwieriger darstellenden Finanzierungsgrundlage der lokalen und regionalen Medien durch eine verschärfte Wettbewerbssituation befürchten. Daher sollte eine Finanzierung aus Budgets für lokale und regionale Werbung auch denjenigen vorbehalten bleiben, die auch zu lokaler und regionaler Meinungsvielfalt beitragen. Das sei bei bundesweiten Fernsehprogrammen aber gerade nicht der Fall.

Im Juni haben die Regierungschefs und -chefinnen abschließend über die Neuregelung beschlossen, die dann im Umlaufverfahren bis 15. September in allen Bundesländern unterzeichnet wurde. Allerdings hat die ProSiebenSat1 Media AG noch im Juni des Berichtsjahres angekündigt, dass man gegen die Neuregelung im Rundfunkstaatsvertrag Verfassungsbeschwerde einlegen werde. Das ist dann im Februar des Jahres 2016 endgültig erfolgt. Der Anbieter will vor dem Bundesverfassungsgericht die Vereinbarkeit der neuen Regelung mit dem allgemeinen Gleichheitssatz in Art. 3 GG prüfen lassen.

4. Google-Verfahren

4. 1. Das Leistungsschutzrecht der Zeitungsverlage

LG Berlin: Kartellrechtsklage von Verlagen gegen Google abgewiesen

Die Kammer für Handelssachen des Landgerichts Berlin hatte am 19. Februar 2016 die Klage von 41 Presseverlagen gegen den Online-Suchmaschinenbetreiber Google Inc. abgewiesen (Aktenzeichen 92 O 5/14 kart). Ziel der Klage war es, Google daran zu hindern, Textanrisse (sog. snippets) und Vorschaubilder der Webseiten der Klägerinnen bei Suchergebnissen nur unter bestimmten Voraussetzungen zu zeigen.

Hintergrund des Rechtsstreits ist das seit August 2013 geltende Leistungsschutzrecht, das Verlagen das Recht einräumt, eine Nutzung ihrer Presseerzeugnisse ohne Zahlung eines entsprechenden Leistungsentgelts zu verbieten. Es geht darum, ob die Anzeige der vorgenannten snippets bei Ergebnissen einer Online-Suche nach dem neuen Gesetz - so die Auffassung der Presseverlage - entgeltpflichtig sein könnte.

Google schrieb daraufhin verschiedene Verlage, darunter auch die 41 Klägerinnen, an und bat darum, schriftlich in die kostenlose Nutzung dieser snippets einzuwilligen. Anderenfalls könne man nicht ausschließen, dass zukünftig Suchergebnisse, die Presserzeugnisse der Klägerinnen beträfen, nur noch ohne Text- und Bildwiedergabe, also lediglich mit dem Link und dem Pfad, angezeigt würden.

Der Versuch der Presseverlage, mit ihrer Klage Google an diesem Verhalten zu hindern, blieb in erster Instanz vor dem Landgericht Berlin bedauerlicherweise erfolglos. Das Landgericht führte in seiner Urteilsbegründung aus, dass ein solcher kartellrechtlicher Anspruch nicht bestehe. Zwar ging es davon aus, dass für diese Art der von Google angebotenen Dienstleistungen ein „Markt“ bestehe und es sich bei Google auch um ein „marktbeherrschendes Unternehmen“ handele. Jedoch liege eine (erforderliche) diskriminierende Ungleichbehandlung nicht vor, auch wenn Google den Verlagen angekündigt habe, die snippets und Vorschaubilder zu deren Webseiten bei Suchergebnissen nicht mehr darzustellen. Ebenso wenig sei ein Preishöhenmissbrauch festzustellen.

Weiterhin führt das Gericht aus, dass durch das Modell der Suchmaschine eine sog. „win-win-Situation“ entstehe, da jeder davon profitiere: Google durch die generierten Werbeeinnahmen, die Nutzer durch die Hilfe bei der Suche nach bestimmten Informationen und die Presseverlage durch die ihrerseits erhöhten Werbeeinnahmen, wenn die Verlagsseiten aufgerufen würden. Dieses Konzept würde aus dem Gleichgewicht gebracht, wenn Google für das Recht zur Wiedergabe von snippets und Vorschaubildern in den Suchergebnissen, die auf Internetseiten der Verlage hinweisen, ein Entgelt zu entrichten hätte.

Das Begehren von Google, entweder auf die weiterhin kostenlose Nutzung zu bestehen oder aber auf die Wiedergabe von snippets und Vorschaubildern bei den Verlagsseiten der Klägerinnen zu verzichten, war nach Ansicht der Kammer nicht missbräuchlich.

Das Urteil ist nicht rechtskräftig. Die Berufung zum Kammergericht ist möglich. Zum Zeitpunkt der Abfassung dieses Jahresberichtes war eine Entscheidung hierüber noch nicht ergangen.

In diesem Kontext von Interesse ist die Mitteilung des Bundeskartellamts vom 9. September 2015, im Streit zwischen Google und den deutschen Verlagen um die Veröffentlichung von Pressetexten kein kartellrechtliches Verfahren einzuleiten. "Im Kern dieser Debatte steht ei-

gentlich nicht das Kartellrecht, sondern die Frage der Reichweite des Leistungsschutzrechts", erklärte Behördenchef Andreas Mundt. Darüber aber müssten die Gerichte entscheiden.

4.2. Das Wettbewerbsverfahren gegen Google vor der EU-Kommission

Parallel zu den Streitigkeiten mit Google im Zusammenhang mit dem Leistungsschutzrecht der Presseverleger zieht sich auf Ebene der Europäischen Kommission eine seit über 5 Jahren andauernde Auseinandersetzung der Verlage mit dem Suchmaschinenanbieter Google hin.

Ausgangspunkt der Streitigkeiten war die kartellrechtlich relevante Frage, 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 der von Verlagen produzierten Inhalte erzielt („Fair Share“).

Im Frühjahr 2015 wollte die EU-Kommission eine Entscheidung über weitere Schritte treffen. Nach einem Gespräch der Verlegerorganisationen mit der mittlerweile neu im Amt befindlichen EU-Wettbewerbskommissarin Margrethe Vestager sowie einem weiteren Austausch mit der zuständigen Generaldirektion schien vorerst die Einleitung eines Untersagungsverfahrens durch ein sogenanntes „Statement of Objections“ gegenüber Google als der wahrscheinlichste Weg. Aus Sicht der Verleger würde erst ein umfangreiches und umfassendes Diskriminierungsverbot durch die europäische Kartellbehörde den notwendigen Druck auf Google ausüben, akzeptable Vorschläge zur Abwendung der Bevorzugung eigener und Diskriminierung anderer Dienste vorzulegen.

Im April des Jahres 2015 hat EU-Wettbewerbskommissarin Vestager dann eine formelle Untersuchung gegen Google eingeleitet. Eine Frist zur Stellungnahme des Suchmaschinenkonzerns wurde zweimal verlängert, zuletzt auf den 31. August 2015. In einer Stellungnahme vom 27. August 2015 hat Google der Kommission geantwortet und alle Vorwürfe zurückgewiesen.

Google verzichtete darauf, eine öffentliche Anhörung in dem Kartellverfahren zu verlangen. Das hätte das Verfahren noch einmal verzögert. Wenn es nicht noch im letzten Moment zu einer Einigung zwischen den Kontrahenten kommt, droht Google wegen des Missbrauchs seiner Marktmacht eine Milliardenstrafe. Diese müsste aller Voraussicht nach sogar dann gezahlt werden, wenn sich der Konzern vor dem Europäischen Gerichtshof gegen die Strafe wehren würde.

5. Plattformregulierung

Im August des Jahres 2015 nahm der VSZV zur Unterstützung der medienpolitischen Arbeit des BDZV gegenüber dem baden-württembergischen Staatsministerium zur sog. Plattformregulierung Stellung.

Der VSZV machte geltend, dass es kein legitimes Ziel der Medienregulierung sein könne, Fernsehen oder andere audiovisuelle Medien auf digitalen Plattformen gegenüber der digitalen Presse zu bevorzugen. Die Grundsätze der Pressefreiheit seien technologieneutral umzusetzen. Darüber hinaus sei es erforderlich, ein effektiv durchsetzbares Verbot der Begünstigung eigener Angebote und der Benachteiligung von Drittangeboten durch marktbeherrschende oder gar monopolistische Plattformen zu etablieren. Ein solches Recht sei von

grundlegender Bedeutung einerseits für den Erhalt der medialen Vielfalt und andererseits des ökonomischen Wettbewerbs in der digitalen Welt.

6. AVDM-Richtlinie

Ebenfalls im August des Berichtsjahres hat der VSZV gegenüber dem baden-württembergischen Staatsministerium zur Audiovisuellen Mediendienste Richtlinie (AVMD-Richtlinie) Stellung genommen. Diese ist von erheblicher Bedeutung für die Fortentwicklung digitaler Presseangebote. In der AVMD-Richtlinie geht es u.a. um die Regulierung sog. audiovisueller Medien und damit um die daraus folgenden Konsequenzen für die Existenzbedingungen der digitalen Presse. Darüber hinaus geht es auch um die Auffindbarkeit von digitalen Medienangeboten auf Plattformen. So sei es nicht hinnehmbar, wenn eine Medienregulierung eine privilegierte Auffindbarkeit bestimmter Rundfunkangebote vorschreiben wolle, womit gleichzeitig Presseangebote immer relativ schlechter zu finden wären und somit grundrechtswidrig diskriminiert würden.

7. Jugendmedienschutz-Staatsvertrag

Der zum 3. Dezember 2015 beschlossene Rundfunkänderungsstaatsvertrag enthält nun auch neue Regelungen zur Anpassung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages.

Der Entwicklung der Medienkonvergenz sollte durch eine Novellierung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages Sorge getragen werden. Das gilt für die technische Seite des Jugendschutzes (Jugendschutzprogramme) und ganz allgemein für Weiterentwicklungen beim bestehenden System der regulierten Selbstregulierung.

Der VSZV hatte im August des Berichtsjahres die Bedenken der Presseverleger gegen geplante Änderungen im baden-württembergischen Staatsministerium vorgetragen. Die Zeitungsverleger unterstützen einen die Pressefreiheit wahrenden Jugendschutz, halten aber eine Schlechterstellung der elektronischen Presse gegenüber der klassischen Presse für unangemessen. Die Pressefreiheit muss technologieneutral auch für die elektronische Presse realisiert werden. Es darf online nicht mehr verboten und reguliert werden als offline.

8. Reform Pressefusionsrecht

Unter Teilnahme von BDZV und VDL hat in der zweiten Hälfte des Berichtsjahres ein Fachgespräch der Bundesregierungskoalition zur geplanten Erleichterung von Kooperationen von Presseverlagen außerhalb des redaktionellen Bereichs stattgefunden. Die im Gespräch anwesenden Rechtsprofessoren hatten zwar grundsätzliche Bedenken gegen eine weitgehende Erleichterung von Kooperationen geäußert, die anwesenden Politiker wie auch der Vertreter des Bundeswirtschaftsministeriums haben nach Aussage des BDZV allerdings signalisiert, dass sie entsprechende Regelungen für möglich hielten.

Zwischenzeitlich wurde von Seiten des BDZV ein Forderungs- und Positionspapier an das Bundeswirtschaftsministerium übersandt, das in weiteren Gesprächen mit Spitzenpolitikern erörtert werden soll. Die im Rahmen eines Gesetzgebungsverfahrens durchzuführenden Anhörungen im zuständigen Ausschuss des Bundestags sollen unter Beteiligung des BDZV stattfinden.

9. Mehrwertsteuer Digitale Presse

Am 5. März 2015 hatte der EuGH entschieden, dass der ermäßigte Mehrwertsteuersatz, den Frankreich und Luxemburg seit Anfang 2012 auf die Lieferung digitaler Bücher anwenden, unzulässig ist. Der ermäßigte Mehrwertsteuersatz auf digitale Bücher verstoße gegen die

europäische Mehrwertsteuerrichtlinie (2006/112/EC). Somit besteht auch auf nationaler Ebene kein ausreichender Spielraum für eine Reduzierung der Mehrwertsteuer für digitale Bücher, ohne dabei gegen geltendes EU-Recht zu verstoßen.

Nachdem die europäischen Verlegerverbände ENPA und EMMA angesichts des o.g. Urteils auf eine Änderung der Richtlinie gedrängt hatten, plant die EU-Kommission nun die Überarbeitung der Mehrwertsteuerrichtlinie für das Jahr 2016 und hat bereits angekündigt, den Mitgliedsstaaten zu ermöglichen, den reduzierten Mehrwertsteuersatz für gedruckte Zeitungen auch auf die digitale Presse anzuwenden.

10. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

10.1. Jugendangebot ARD/ZDF

Entgegen den Forderungen der Verleger und Rundfunkanbieter nach einer gründlichen Folgenabschätzung vor der Etablierung eines gemeinsamen Online-Jugendangebots von ARD und ZDF haben die Regierungschefs der Länder am 9. Oktober 2015 einen einstimmigen Beschluss zur Verabschiedung des 19. Rundfunkänderungsstaatsvertrages gefasst, dessen Kernpunkt (dort in dem neuen § 11 g RfStE geregelt) die Beauftragung von ARD und ZDF zur Etablierung eines gemeinsamen Online-Jugendangebots ist. Das "Junge Angebot" soll auf einer Internet-Plattform basieren, crossmedial sein und Fernseh- und Radiobeiträge mit Inhalten auf Online-Foren verknüpfen. Zielgruppe sind die 14- bis 29-Jährigen, deren verändertem Mediennutzungsverhalten mit diesem Angebot Rechnung getragen werden soll. Als Gesamtbudget sind rund 45 Millionen Euro vorgesehen. Im Gegenzug sollen die Digitalkanäle EinsPlus und ZDFkultur eingestellt werden. Am 3. Dezember 2015 wurde der Entwurf schließlich auf der Ministerpräsidentenkonferenz unterzeichnet und das Ratifizierungsverfahren in den Bundesländern in Gang gesetzt.

Die Verleger und Rundfunkanbieter hatten immer moniert, dass auf europarechtlich notwendige Instrumentarien, wie insbesondere einen Drei-Stufen-Test, nicht verzichtet werden dürfe. Nur das ermögliche den dafür zuständigen Rundfunkgremien die Mitwirkung und die Abwägung, wo Vielfalt zusätzlich hergestellt werden kann, ohne Vielfalt an anderer Stelle (auch in Bezug auf den privaten Rundfunk) zu gefährden. Nach wie vor ist unklar, was mit „Vernetzen“ der Jugendradio-Angebote der Landesrundfunkanstalten gemeint ist: Soll wirklich ein bundesweites Angebot mit landesweiten Fenstern entstehen oder ist eine Form des Programmaustausches gemeint? Schließlich erscheint der Programmauftrag „Jugend“ in der heutigen fragmentierten Gesellschaft viel zu ungenau, denn schon die Erfahrung mit den „Jugendradios“ zeigt, dass dort der Altersdurchschnitt viel höher ist als der gemeinhin damit assoziierten Alterskohorte. Das hatte der VSZV mit Stellungnahmen vom 18. August und 27. Oktober 2015 im baden-württembergischen Staatsministerium vorgetragen.

Das Inkrafttreten des 19. Rundfunkänderungsstaatsvertrages (hinsichtlich der Regeln zum Jugendangebot) ist für den 1. Oktober 2016 vorgesehen.

10.2. Der Streit um die Werbefreiheit/Werbebeschränkungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Die Auseinandersetzung um die Werbefreiheit bzw. um die 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 seit vielen Jahren dafür ausgesprochen, in allen Bundesländern eine Werbezeitbeschränkung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu verankern: eine wirkungsvolle Reduzierung der ARD-Radio-Werbung auf 60 Minuten Werbung

werktäglich, lediglich ein werbeführendes Hörfunkprogramm, ohne Ausgleichszeiträume. Weiterhin forderten die Hörfunkverbände, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf nationale Radiowerbung zu beschränken sowie mehr Transparenz bei der Preisgestaltung von Werbespots. Was Hörfunkprogramme des SWR betrifft, ist weiterhin Werbung bis zu der im Rundfunkstaatsvertrag vorgesehenen Höchstgrenze zulässig. Entgegen dem Vorbild der staatsvertraglichen Regelungen in Niedersachsen war man in Baden-Württemberg bisher nicht bereit, zu eigenständigen Regeln zu kommen. Darüber hinaus ist es dem SWR aufgrund von Altregelungen möglich, bis zu 177 Minuten Hörfunkwerbung zu senden.

Zu einer umfassenden Analyse der Situation haben die Rundfunkverbände APR und VPRT bereits im Dezember 2014 ein Positionspapier erstellt. Zusätzlich haben VSZV und VPRA in Gesprächen mit dem Staatsministerium Baden-Württemberg im Januar 2015 die Situation erläutert. In einer ergänzenden Stellungnahme im März 2015 haben VSZV und VPRA die Argumente der privaten Medienunternehmen ein weiteres Mal vorgetragen. Der BDZV hat ebenfalls im Februar 2015 die Beschränkung der öffentlich-rechtlichen Werbezeiten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gefordert.

Die Bundesländer haben eine grundsätzliche Entscheidung darüber vertagt, ob Mehreinnahmen aus dem allgemeinen Rundfunkbeitrag zur Reduzierung der Werbezeiten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk eingesetzt werden sollen. Die Ministerpräsidenten beschlossen auf ihrer Konferenz am 18. Juni in Berlin, über diesen Punkt erst im Frühjahr 2016 einen Beschluss zu fassen.

Gleichwohl hat die nordrhein-westfälische Landesregierung im Januar 2016 erste Schritte unternommen: Der Landtag hat am 27. Januar 2016 einem Entwurf der Landesregierung zur Novellierung des WDR-Gesetzes zugestimmt. Es sieht u.a. eine Reduzierung der Werbezeit in den Radiowellen des Senders vor. Sie soll in zwei Schritten erfolgen: Im Jahr 2017 soll die Werbezeit von jetzt 90 Minuten täglich auf 75 Minuten auf maximal zwei Wellen begrenzt werden, um im Jahr 2019 in einem weiteren Schritt auf 60 Minuten auf einer Welle zu sinken.

10.3. 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. Nach der grundsätzlichen Umstellung des Finanzierungssystems des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auf die Anknüpfungspunkte Wohnraumbezogenheit für den privaten Bereich sowie Betriebsstättenbezogenheit im gewerblichen Bereich, war bereits im Herbst des Jahres 2013 bekannt geworden, dass ARD und ZDF in der bis zum Ende des Jahres 2016 laufenden Gebührenperiode möglicherweise Mehreinnahmen von ca. 1,2 Mrd. Euro aufgrund der Umstellung von der Rundfunkgebühr auf den Rundfunkbeitrag erwirtschaften werden. Mittlerweile sind weitere Feststellungen getroffen worden: Die Vorsitzende der Rundfunkkommission, die rheinland-pfälzische Ministerpräsidentin Malu Dreyer, gab Anfang März 2015 Folgendes bekannt: "Es zeichnet sich heute ab, dass der zum 1. Januar 2013 eingeführte neue Rundfunkbeitrag in der vierjährigen Beitragsperiode bis 2016 zu Mehreinnahmen von rund 1,5 Mrd. Euro führt. Mit den zu erwartenden Mehreinnahmen werden wir den Rundfunkbeitrag aller Voraussicht nach auch in der kommenden Beitragsperiode bis 2020 stabil halten können“.

Die Tatsache, dass die Einnahmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten aus dem Rundfunkbeitrag doch wesentlich 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. Mit den zum 3. Dezember 2015 ergangenen Beschlüssen zum 19. Rundfunkänderungsstaatsvertrag wurden unter Berücksichtigung der bisherigen Ergebnisse eines Evaluierungsverfahrens lediglich einzelne Details der Rundfunkbeitragserhebung nachjus-

tiert, die im einzelnen die Beitragserhebung bei Betriebsstätten, privilegierten (gemeinnützigen) Einrichtungen und Beitrags-Befreiungsmöglichkeiten betrafen.

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

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. Gegen dieses Urteil hatte die ARD noch im Oktober des Jahres 2012 Berufung eingelegt und vor dem OLG Köln Ende 2013 dahingehend Recht bekommen, als dass nach Auffassung des Gerichtes das Angebot der Tagesschau-App lediglich eine mobile Übertragungsform des Online-Angebots tagesschau.de darstelle und mit diesem inhaltlich deckungsgleich sei. 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. Eine anderweitige Beurteilung durch die Wettbewerbsgerichte über die im Drei-Stufen-Test getroffenen Bewertungen würde die Ergebnisse des Drei-Stufen-Tests in Frage stellen und letztlich dazu führen, dass das durchlaufene Prüfverfahren im Ergebnis wirkungslos wäre.

Mit der von den Zeitungsverlagen daraufhin eingelegten Revision gegen das Urteil des OLG Köln hat der BGH den Verlagen im April des Berichtsjahres Recht gegeben: Die Rechtmäßigkeit der Tagesschau-App darf gerichtlich überprüft werden. Der Bundesgerichtshof hat das Urteil des Oberlandesgerichts (OLG) Köln aufgehoben und die Sache zur neuerlichen Verhandlung und Entscheidung an das OLG zurückverwiesen. Die Zeitungsverleger hatten immer geltend gemacht, dass andernfalls Entscheidungen der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten auf dem Gebiet der Telemedien nicht mehr durch Wettbewerbsgerichte überprüfbar und in letzter Konsequenz wettbewerbsrechtlich unangreifbar seien.

Trotz des laufenden Gerichtsverfahrens in Sachen Tagesschau-App und der für die Verlage positiven Entscheidung des Bundesgerichtshofs veröffentlicht der öffentlich-rechtliche Rundfunk weiterhin textlastige Internet- und App-Angebote. Elf Zeitungsverlage in Bayern haben gegen die News-App „BR 24“ am 15. Dezember 2015 eine wettbewerbsrechtliche Unterlassungsklage vor dem Landgericht München I eingereicht.

11. Rundfunk in Baden-Württemberg

11.1. Fernsehen in Baden-Württemberg: Neulizenzierung des Fernseh-Regionalprogramms Region „Unterer Neckar“ sowie des Regionalfensterprogramms in RTL

Die Rhein-Neckar-Fernsehen GmbH darf weitere 10 Jahre ihr regionales 24-Stunden-Programm RNFplus in der Region „Unterer Neckar“ als „Must Carry Angebot“ im Kabelnetz verbreiten. Das haben die Mitglieder des Vorstandes und des Medienrates der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) in Baden-Württemberg im Dezember des Berichtsjahres beschlossen. RNF war der einzige Bewerber.

Da die Ausschreibung das Verbreitungsgebiet der Metropolregion über Baden-Württemberg hinaus auch Ludwigshafen und die Vorderpfalz umfasst, hat die rheinland-pfälzische Landesmedienanstalt LMK in einem parallelen Verfahren ebenfalls beschlossen, RNF weitere 10 Jahre zu lizenzieren.

Hochstreitig zwischen dem LFK-Vorstand und dem Medienrat der LFK ist allerdings die Frage, wer ab dem ab 1. April 2016 das 30-minütige Regionalfensterprogramm auf RTL veranstalten wird. Das regionale Fensterprogramm wird durch RTL finanziert. Neben der Rhein-Neckar-Fernsehen-GmbH hat sich auch der Veranstalter Zone 7 GmbH & Co. KG beworben.

Während der LFK-Vorstand sich hier für den Veranstalter Zone 7 GmbH & Co.KG ausgesprochen hat, votierte der Medienrat für die erneute Lizenzierung des Programms RNF Life der Rhein-Neckar Fernsehen GmbH (RNF). Die rheinland-pfälzische Landesmedienanstalt LMK dagegen hat sich für das Angebot von „Zone 7“ entschieden. Die Angelegenheit konnte im Berichtszeitraum nicht abgeschlossen werden. Grundsätzlich vergeben werden kann die Lizenz nur, wenn sich alle einig sind - die beiden Landesmedienanstalten und in der LFK Vorstand und Medienrat.

11.2. Neulizenzierung der UKW-Verbreitungsgebiete und Organisation des Sendernetzbetriebes

Die dritte UKW-Lizenzierungsperiode endete zum 31. Dezember 2015. Für die am 1. Januar 2016 beginnende Lizenzierungsphase wurden die Regionalveranstalter Radio Regenbogen (Regionalsendegebiet 1 - Baden), antenne 1 (Regionalsender 2 - Württemberg) und Radio 7 (Regionalsender 3 - Südost-Württemberg) lizenziert, für die 12 ausgeschriebenen Lokalsendegebiete kamen die Veranstalter sunshine live (Lokalsender 1 Mannheim/Heidelberg), die neue welle (Lokalsendegebiet 2, Karlsruhe), HITRADIO OHR (Lokalsender 3 Ortenau/Offenburg/Elsaßbaden.fm), baden.fm (Lokalsendegebiet 4 Freiburg/Emmendingen), Radio Seefunk (Lokalsender 5 Hochrhein-Bodensee/Bodensee-Oberschwaben), das neue radio neckarburg (Lokalsender 6 Schwarzwald-Baar-Heuberg), NECKARALB LIVE, (Lokalsender 7 Reutlingen/Tübingen/Zollernalbkreis), DONAU 3 FM (Lokalsender 8 Ulm/Biberach/Neu-Ulm/Günzburg), Radio Ton Ostwürttemberg (Lokalsender 9 Ostalbkreis/Heidenheim), Radio Ton (Lokalsender 10 Heilbronn/Franken, Schwäbisch Hall), DIE NEUE 107.7 (Lokalsender 12 Stuttgart und Landkreise Böblingen, Esslingen, Göppingen, Ludwigsburg, Rems-Murr) sowie ENERGY (Region Stuttgart, Lokalsender 13 Rems-Murr/Ludwigsburg/östlicher Enzkreis) zum Zuge. Das vormalige Lizenzgebiet L 11 war im Zuge des Lizenzierungsverfahrens neu aufgeteilt und den Lokalsendegebieten L 2 und L 13 zugeschlagen worden. Das landesweite private Jugendradio betreibt der Veranstalter bigFM.

Weitreichende Veränderungen für die UKW-Anbieter haben sich durch die Veränderung der gesetzlichen Rahmenbedingungen für den technischen Betrieb der UKW-Frequenzen ergeben.

Wichtige Meilensteine waren hierbei die Anpassung des Telekommunikationsgesetzes (TKG) und der damit verbundenen Erweiterung der TK-rechtlichen Lizenz (Frequenzzuteilung) sowie die Verpflichtung des bisherigen Monopolisten MEDIA BROADCAST zur Bereitstellung der UKW-Antennenmitbenutzung. Diese Veränderungen bieten den privaten Radioveranstaltern neue Chancen und schaffen Wettbewerb im Sendernetzbetrieb. Die zeitgleiche medienrechtliche Neulizenzierung und die Veränderungen im TK-Recht ermöglichen den Radioveranstaltern in Baden-Württemberg als erste in diesem Bereich, einen neuen Weg einzuschlagen.

Sechs Sender in Baden-Württemberg haben nun die geänderten gesetzlichen Rahmenbedingungen genutzt und im Jahre 2015 Vorbereitungen für die Gründung einer gemeinsamen Sendernetzbetriebsgesellschaft getroffen. Die baden-württembergischen Privatsender antenne 1, Radio 7, DIE NEUE 107.7, Das neue Radio Neckarburg sowie Radio Seefunk und baden.fm haben Anfang 2016 die SBW Sendernetzbetrieb Baden-Württemberg GmbH gegründet. Damit organisieren diese sechs privaten Hörfunksender den Sendebetrieb ihrer UWK-Frequenzen erstmalig selbst.

11.3. Digitaler Rundfunk DAB +

Neben 13 bundesweit empfangbaren DAB+-Radioprogrammen (3 öffentlich-rechtlichen und 9 privaten Programmen sowie des von der MEDIA BROADCAST verantworteten Datenüber-

tragungsdienstes „MB Datacast Services“) waren im Jahre 2015 in Baden-Württemberg landesweit 13 private Programme sowie 6 Programme des öffentlich-rechtlichen Veranstalters SWR empfangbar:

Für den privaten Rundfunk sind das die Angebote baden.fm, bigFM Worldbeats, DIE NEUE 107.7, die neue welle, DONAU 3 FM, egoFM, HITRADIO Ohr, RADIO 7 Digital, Radio Paradiso Baden-Württemberg, Radio Regenbogen, Radio Ton Digital, Radio VHR sowie Schwarzwaldradio, für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk SWR die Angebote SWR1 BW, SWR2 BW, SWR3 und SWR4 BW, DASDING und SWRinfo.

Die Finanzierung der Verbreitungskosten privater digitaler Angebote ist nach wie vor ungelöst. Private Veranstalter sind darauf angewiesen, sich aus Werbeeinnahmen refinanzieren zu können. Diese Refinanzierungsbeiträge können aber aufgrund der bisher noch unzureichenden DAB-Marktdurchdringung immer noch nicht erwirtschaftet werden. Aus diesem Grunde hatte sich die LFK auch im Jahre 2015 entschlossen, die privaten DAB-Veranstalter mit Hilfe eines Marketingkostenzuschusses zu unterstützen.

Im Spätsommer des Jahres 2015 hat die LFK begonnen, Planungen für eine dritte regionalisierte DAB+ Bedeckung für private Rundfunkangebote zu konkretisieren, um eine entsprechende Bedarfsanmeldung gegenüber der Bundesnetzagentur formulieren zu können. Dabei wurden Planungen aufgegriffen, die bereits im Herbst des Jahres 2012 in Grundzügen vorgestellt und nun an die Gegebenheiten der vierten ab dem 1. Januar 2016 beginnenden UKW-Lizenzierungsphase, was den Zuschnitt der vorgesehenen 4 regionalen DAB-Verbreitungsgebiete betrifft, angepasst worden sind.

V. Anzeigen

1. Anzeigenausschuss

Im Jahr 2015 tagte der VSZV-Anzeigenausschuss am 4. Februar und am 8. Oktober sowie, gemeinsam mit dem VSZV-Ausschuss Digitale Medien, am 12. Mai in Stuttgart.

Bei der Sitzung am 4. Februar erläuterte der Ausschussvorsitzende Dr. Kurt Sabathil, Schwäbische Zeitung, eingangs die aktuelle Entwicklung des Anzeigenmarktes anhand einiger Eckdaten. Mit Besorgnis stellte er fest, dass sich der Trend der letzten Jahre weiter fortgesetzt habe, und nicht nur das Anzeigen- und Beilagengeschäft stetig abnehme, sondern auch die Auflagen regionaler Abozeitungen im Langzeitvergleich immer weiter zurückgingen. Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken und eine Abwanderung des Lokalgeschäftes zu verhindern, plädierte Herr Dr. Sabathil dafür, das Preis-/Leistungsverhältnis wieder zu verbessern.

Nach den Berichten aus den Arbeitsgruppen „Außendienstqualifizierung“, „Produktentwicklung“ und „Benchmarkvergleiche“ kam es zu einem intensiven Erfahrungsaustausch zum Thema „City-APP“ / APP als lokaler Einkaufsführer. Herr Dr. Sabathil hob in diesem Zusammenhang insbesondere die Vermarktungskompetenz der Verlage hervor: Diese könnte „Bindeglied“ zwischen den Kunden einerseits und den Nutzern andererseits sein, wenn man die „City-APP“ als Plattform anböte. Ziel müsse es sein, hierdurch die lokale Kundschaft nachhaltig an sich zu binden. Allerdings bräuchte man einen „technischen Begleiter“, der eine gute mobile Lösung anbieten und bereits eine gewisse Erfolgsquote vorweisen könne. Der Vorschlag von Herr Dr. Sabathil, in einer gemeinsamen Sitzung mit dem Ausschuss Digitale Medien vier ausgewählte Anbieter solcher Lösungen vorstellig werden zu lassen, stieß auf die Zustimmung aller Sitzungsteilnehmer.

Infolgedessen fand die zweite Sitzung des Anzeigenausschusses im Berichtsjahr am 12. Mai gemeinsam mit dem Ausschuss Digitale Medien und dessen neuem Vorsitzenden, Herrn Ullrich Villinger, Zeitungsverlag Waiblingen, statt. Ziel dieser Sitzung solle es laut Herrn Dr. Sabathil sein, sich ein Meinungsbild davon zu machen, welche Internet-Lösungen für den lokalen Handel derzeit auf dem Markt verfügbar seien.

Nach einem Impulsreferat von Herrn Frank Wiedemann, Südwest Presse, referierten in folgender Reihenfolge:

- Martin Küfner und Ludwig Ederle, Heilbronner Stimme
- Michael Volland, Geschäftsführer my-xplace GmbH
- Norbert Beck, Geschäftsführer METATRAIN GmbH
- Benjamin Quitter, Geschäftsführer und Gründer 4d-Medien

Im Rahmen der abschließenden Diskussionsrunde waren sich die Teilnehmer der gemeinsamen Sitzung einig, dass es zur Stärkung des lokalen Handels erforderlich sei, Neues auszuprobieren und zu „experimentieren“, so Herr Dr. Sabathil. Er machte deutlich, dass die Existenz der Verlage auch davon abhänge, bestehende Kundenbeziehungen zu stärken. Ziel müsse es daher sein, gemeinsam Lösungen mit den Kunden zu finden und hierdurch gemeinsam Erfolge zu erzielen. Dies sei Kernaufgabe der Verlage für die Zukunft.

Bei der Zusammenkunft des VSZV-Anzeigenausschusses am 8. Oktober standen folgende Themen auf der Tagesordnung:

- Bericht aus der VSZV-Arbeitsgruppe „Außendienstqualifizierung“
- Bericht aus der VSZV-Arbeitsgruppe „Crossmediale Vermarktung“
- Bericht aus der VSZV-Arbeitsgruppe „Benchmarkvergleich“
- Bericht aus der VSZV-Arbeitsgruppe „Produktentwicklung“
- Diskussion zur Abgrenzung VSZV-Anzeigenausschuss – VSZV-Ausschuss Digitale Medien
- Projekt „Lotus“ – Vorstellung und Diskussion
- Vorbereitung der VSZV-Anzeigenleitertagung

2. Anzeigenleitertagung

Auf Einladung der Schwäbischen Zeitung wurde die VSZV-Anzeigenleitertagung im Berichtsjahr am 4. November in Ravensburg abgehalten.

Eingeleitet wurde die Veranstaltung am Vorabend mit einem gemeinsamen Kollegenabend mit den Teilnehmern der am Vortag ebenfalls in Ravensburg abgehaltenen VSZV-Vertriebsleitertagung. Nach einem Museumsbesuch im „Humpis-Quartier“ ließ man den Abend in dem Ravensburger Restaurant „Kantine“ ausklingen.

Zu Beginn der Tagung hieß der Vorsitzende des VSZV-Anzeigenausschusses, Dr. Kurt Sabathil, die Teilnehmer im neuen Gebäude der Schwäbischen Zeitung willkommen, das erst im Jahr 2013 in bester Innenstadtlage Ravensburgs erbaut worden sei. Herr Dr. Sabathil umriss das Produktportfolio seines Unternehmens und präsentierte Schwäbisch Media als „starke Marke“, die vermehrt auch auf die Entwicklung und Etablierung neuer digitaler Produkte setze. Durch die Präsenz als Marke könne sich Schwäbisch Media auch gegenüber anderen Marken wie etwa Google, Amazon und Co. behaupten.

Herr Dr. Sabathil skizzierte daraufhin die Entwicklung des baden-württembergischen Anzeigenmarktes. Seit dem Jahr 2009 würden die Anzeigenumfänge auf ein immer tieferes Niveau sinken. Bedenklich sei insbesondere das deutliche Minus im Bereich der Großformen des Handels – hier werde überwiegend in Fernsehen und andere Kanäle investiert, offenbar jedoch nicht mehr in die Zeitungen. Aus diesem Grund sei es wesentlich, dass sich die Verlage gemeinsam fortentwickeln und untereinander austauschen, um im Wettbewerb mit Google und Co. bestehen zu können. In diesem Zusammenhang warb Herr Dr. Sabathil für die neu eingerichtete VSZV-Cloud, eine Datenbank, die einen Datenaustausch unter den Mitgliedsverlagen ermögliche und auf die man von jedem beliebigen Ort aus Zugriff erhalten könne. Jedes Verbandsmitglied erhalte bei Interesse bei der VSZV-Geschäftsstelle ein entsprechendes Zugangspasswort.

Zum Themenschwerpunkt „Neue Ansätze für mehr Zusatzumsatz generieren“ referierten René Gehrig (Inhaber Gehrig Medien Consulting, Meisterschwanden (Schweiz)), Herbert Böhnke (Inhaber Media & Management Böhnke Unternehmensberatung, Neuss) und Mark Jopp (Geschäftsführer JJK Gesellschaft für innovative Verlagssoftware mbH, Krefeld). Einen weiteren Ansatz, um Kunden anzusprechen, stellte Joachim Uhrig (Adserver Technologie, Nettetal) vor. Durch einen sog. Adserver werde eine technische Lösung zur Verfügung gestellt, die es ermögliche, automatisierte Buchung und zielgruppengenaue Auslieferung von Werbung vorzunehmen.

Im weiteren Tagungsverlauf wurde aus den Arbeitsgruppen des VSZV-Anzeigenausschusses berichtet. Herr Körting, Reutlinger General-Anzeiger, erläuterte die Fortschritte, die in der Arbeitsgruppe „Außendienstqualifizierung“ in Sachen Gründung einer VSZV-Akademie für Medienberatung erzielt werden konnten. Ziel der VSZV-Akademie sei es, so Herr Körting,

Qualifizierungsangebote sowohl für bestehende Mediaberater als auch für den Beratungsnachwuchs anzubieten. Hierbei habe man sich für die Zusammenarbeit mit drei externen Beratungsunternehmen/Trainern entschieden, mit denen die Arbeitsgruppe zwischenzeitlich ein Schulungs-Programm erstellt habe. Die Arbeitsgruppe habe sich zum Ziel gesetzt, Ende Januar 2016 mit der Bewerbung für die Schulungs-Programme zu beginnen, damit die Medienakademie zum 1. April 2016 ihre Arbeit aufnehmen könne.

Aus der Arbeitsgruppe „Benchmarkvergleiche“ berichtete Herr Hofer, Schwäbische Zeitung. Die monatliche Abfrage der prozentualen Umsatzabweichungen sei nunmehr seit April 2015 im Regelbetrieb und gut angelaufen. An der jährlichen Kennzahlenabfrage nehmen, so Herr Hofer, derzeit 14 Verlage teil. Als Kennzahlen seien von der Arbeitsgruppe bewusst nur solche bestimmt worden, die Rückschlüsse auf Standortbestimmungen und Optimierungspotentiale zuließen. Die anonymisierte Auswertung der Zahlen sei durch die Zusammenarbeit mit der Treukura gesichert. Sowohl Herr Hofer als auch Herr Dr. Sabathil warben nachdrücklich für die Teilnahme an den Benchmarkkreisen.

Schließlich informierte Markus Ruppe über aktuelle Themenschwerpunkte der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft.

Herr Ruppe erläuterte eingangs seines Berichts die aktuelle ZMG-Baumarktstudie, die u.a. ergeben habe, dass 28 % der Befragten sich der Zeitung als Informationsquelle vor dem Kauf eines Baumarktproduktes bedienten. Diese Ergebnisse könnten für die regionale Vermarktung nutzbar gemacht werden. Weiter habe die ZMG-Marktbefragung Herrn Ruppe zufolge ergeben, dass die Zeitung nur noch die viert wichtigste Mediengattung nach Online/Mobile, Fernsehen und Zeitschriften sei. Die Ergebnisse der Images von Werbeträgern zeigten zwar, dass die Zeitung der glaubwürdigste Werbeträger sei, dieser Wert sinke jedoch seit Jahren. Ein großes Problem der Branche trete durch die Studie ebenfalls zutage: Die Gattung Zeitung werde nicht als zukunftsfähig gesehen.

VSZV-Anzeigen- und Vertriebsleitertagung 2015 in Ravensburg

VI. Vertrieb

1. Vertriebsausschuss

Der VSZV-Vertriebsausschuss kam im Berichtsjahr unter der Leitung von Wolfgang Poppen, Badische Zeitung, am 14. Juli in Stuttgart zusammen.

Einen inhaltlichen Schwerpunkt der Sitzung bildeten erneut die Neuregelungen des Mindestlohngesetzes, das am 1. Januar 2015 in Kraft getreten ist (vgl. hierzu bereits die VSZV-Jahresberichte 2012, 2013 und 2014).

Herr Bourauel, VSZV, berichtete eingangs über aktuelle Aktivitäten von VSZV und BDZV in Sachen Mindestlohn. So werde weiterhin mit Nachdruck versucht, Erleichterungen für die Verlage zu erreichen. Herr Bourauel erwähnte in diesem Zusammenhang insbesondere die sog. „sozialversicherungsrechtliche Lösung“, über die man zu einer Absenkung der Sozialabgaben für Zusteller gelangen wolle. Im Anschluss hieran erläuterte Herr Keim, Pforzheimer Zeitung, beispielhaft, welche Schwierigkeiten die Umsetzung der Vorgaben des MiLoG in seinem Hause mit sich brachten. Anlässlich der Ausführungen von Herrn Keim kam es zu einer angeregten Diskussion der Teilnehmer über einzelne Auslegungs- und Umsetzungsschwierigkeiten des MiLoG. Im Wesentlichen beschäftigte die Verlage die Problematik der Abweichung von den verlagsseitig vorgegebenen Sollarbeitszeiten, wobei der Großteil der Teilnehmer von lediglich marginalen Abweichungen berichtete.

Darüber hinaus widmete sich das Gremium der Thematik „Einstellung der Sonntagszeitung“, das aus aktuellem Anlass mehrere Verlage beschäftigte. Herr Hammer, Heidenheimer Zeitung, berichtete beispielhaft über die Vorgehensweise in seinem Haus. Er hob dabei hervor, dass die erwarteten negativen Auswirkungen erfreulicherweise allesamt nicht eingetreten seien. Nach Auffassung von Herrn Hammer sei die erfolgreiche Einstellung auch darauf zurückzuführen, dass man mit der verhältnismäßig wenigen Kritik, die geäußert wurde, offen umgegangen sei – beispielsweise habe man kritische Leserbriefe teilweise veröffentlicht.

Die weiteren Themen der Sitzung:

- Bericht aus dem BDZV-Vertriebsausschuss
- Bericht aus der BDZV-Arbeitsgruppe Marktentwicklung
- Bildungsprojekt zur Leseförderung – Best Practice Beispiel der SWP
- Vorbereitung der VSZV-Vertriebsleitertagung 2015

2. Vertriebsleitertagung

Die alljährliche Vertriebsleitertagung des VSZV fand im Berichtsjahr auf Einladung der Schwäbischen Zeitung am 3. November in Ravensburg statt. Als Gäste nahmen Falko Pütz (Rechtsanwalt, Aalen), Harald Lauxmann (Hauptzollamt Ulm – Finanzkontrolle Schwarzarbeit), Annkathrin Rapp (Südwest Presse) und Kay Kutschkau (MADSACK Mediengruppe, Hannover) teil.

Zu Beginn der Tagung hießen der Vorsitzende des VSZV-Vertriebsausschusses, Wolfgang Poppen, und der gastgebende Geschäftsführer der Schwäbischen Zeitung, Dr. Kurt Sabathil, die Teilnehmer im neuen Gebäude der Schwäbischen Zeitung willkommen.

Die ungebrochene Aktualität und Praxisrelevanz des Themas Mindestlohn für die Verlage mache es erforderlich, so Herr Poppen, dass man hier auch in diesem Jahr einen Themenschwerpunkt setze.

Dabei betonte er den immensen Verwaltungsaufwand, der mit den umfangreichen Aufzeichnungspflichten der Mindestlohnaufzeichnungsverordnung verbunden sei. Erkenntnisse über die hiermit verbundenen Außenprüfungen des Zolls habe man allerdings VSZV-seitig noch nicht gewinnen können. Herr Poppen forderte die Teilnehmer der Sitzung ausdrücklich dazu auf, die Geschäftsstellen von VSZV und BDZV über stattgefundene Zollprüfungen zu informieren und so die Möglichkeit zu schaffen, sich über die gemachten Erfahrungen mit anderen Verlagen auszutauschen. In unmittelbarem Zusammenhang mit dem Mindestlohn stehe auch die Zustellerproblematik. Den Verlagen falle es zunehmend schwer, geeignete Zusteller zu gewinnen und an sich zu binden. Vor diesem Hintergrund habe nun bereits zum zweiten Mal eine Sitzung der VSZV-Arbeitsgruppe Zustellerfindung und -bindung stattgefunden, im Rahmen derer stets ein reger Austausch über die verschiedenen Rekrutierungsmaßnahmen stattfinde.

Herr Dr. Sabathil umriss das Produktportfolio seines Unternehmens und präsentierte das Unternehmen „Schwäbisch Media“ als „Starke Marke“, die vermehrt auch auf die Entwicklung und Etablierung neuer digitaler Produkte setze. Aber auch im Printbereich könne das Unternehmen bereits auf 70 erfolgreiche Jahre zurückblicken: So sei die Schwäbische Zeitung die derzeit größte regionale Abonnementzeitung.

Schließlich warb Herr Dr. Sabathil für die neu eingerichtete VSZV-Cloud, eine Datenbank, die einen Datenaustausch unter den Mitgliedsverlagen ermögliche und auf die man von jedem beliebigen Ort aus Zugriff erhalten könne. Er verwies interessierte Verlage auf die VSZV-Geschäftsstelle, die die Einrichtung eines Verlagszugangs veranlassen werde.

Im weiteren Verlauf der Tagung referierten Falko Pütz (Rechtsanwalt, Aalen) und Harald Lauxmann (Hauptzollamt Ulm – Finanzkontrolle Schwarzarbeit) zum Themenschwerpunkt Mindestlohn.

Nachdem Herr Pütz den Teilnehmern einen Überblick über aktuelle, die Verlage betreffende und vielfach noch ungeklärte Rechtsfragen des Mindestlohngesetzes gab und hierzu Stellung bezog, informierte Harald Lauxmann die Teilnehmer der Tagung über die Praktiken der Außenprüfungen des Zolls. Im Rahmen der allgemeinen Prüfungen sei wesentlich, so Herr Lauxmann, dass die Zeitungsverlage den Zollprüfern die monatlichen Arbeitsaufzeichnungen zur Verfügung stellen und so ihrer Mitwirkungspflicht nachkommen. Es komme allein darauf an, dass sich aus den vorgelegten Unterlagen ein berechenbarer Bruttolohn ergebe und dieser am Ende den vom Mindestlohngesetz vorgeschriebenen Betrag erreiche. Weniger wichtig sei für die Zollprüfer hingegen, auf welche Weise die Arbeitszeitaufzeichnungen geführt werden, oder welche Berechnungen den Sollarbeitszeiten zugrunde liegen. Herr Lauxmann betonte, dass bei den Zollprüfungen die Verhältnismäßigkeit stets im Auge behalten werde; einmalige, unerhebliche Abweichungen bzw. Unregelmäßigkeiten in den Aufzeichnungen seien daher selten relevant.

Die weiteren Themen der Tagung:

- Bildungsprojekt zur Leseförderung der Südwest Presse
- Vorstellung ausgewählter Zustellerfindungsmaßnahmen
- Content-Aggregatoren: Erprobung von Blendle, Pressreader und Co. bei der MADSACK Mediengruppe

Die Vertriebsleitertagung wurde mit einem von der Schwäbischen Zeitung ausgerichteten Kollegenabend mit den am Folgetag ebenfalls in den Räumlichkeiten der Schwäbischen Zeitung tagenden Anzeigenleitern beschlossen, der mit einer Museumsführung im „Humpis-

Quartier“ begann und in ein gemütliches Beisammensein im Ravensburger Restaurant „Kantine“ mündete.

3. Zustellergewinnung

Nach wie vor finden die Verlagshäuser im gesamten Bundesgebiet nur noch unter größten Schwierigkeiten geeignete Mitarbeiter für die Zeitungszustellung. Insbesondere gibt die Fluktuationsquote von ca. 25 % und das ungebrochen hohe Durchschnittsalter bei zahlreichen Verlagen Anlass zur Besorgnis. Berücksichtigt man, dass im Durchschnitt lediglich 6 % aller Bewerber dauerhaft an die Verlage gebunden werden können, so wird der massive Akquiseaufwand für die Verlage umso deutlicher. Vor dem Hintergrund dieser anhaltenden Nachwuchsproblematik hat sich die im Jahr 2014 gegründete VSZV-Arbeitsgruppe „Zustellerfindung und -bindung“ bereits intensiv mit der Thematik „Zustellergewinnung“ auseinandergesetzt und erfolgreiche Akquisemethoden, Maßnahmen, Kampagnen und Zuwendungen erörtert. Ziel der Arbeitsgruppe soll sein, praktische Hilfestellungen für die gesamte Verlagslandschaft zu erarbeiten.

Auch auf Bundesebene befasst sich die BDZV-Arbeitsgruppe Logistik im BDZV-Vertriebsausschuss seit mehreren Jahren mit dieser Thematik und hat in diesem Zusammenhang eine Art „Leitfaden“ erarbeitet, der beispielhaft Maßnahmen aus vielen Teilbereichen der Zustellorganisation vorstellt und als eine Ideensammlung verstanden werden kann, die in vielen Verlagen bewährte Lösungsansätze aufzeigt.

Bereits heute beteiligt sich eine Vielzahl der Verlage an dieser wichtigen Gremienarbeit. So zählt die VSZV-Arbeitsgruppe „Zustellerfindung und -bindung“, die nun in „Freiburger Logistikkreis“ umbenannt werden soll, bereits 17 Teilnehmer aus den unterschiedlichsten Regionen Baden-Württembergs.

VII. Digitale Medien

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

Das Kerngeschäft der Verlage, nämlich guter Journalismus, bleibt auch weiterhin im Zentrum der verlegerischen Aktivitäten. Neben dem Ausbau des klassischen Verlagsgeschäfts, Print wie Digital, steht auch der Aufbau neuer Geschäftsfelder vor allem im Bereich E-Commerce und Logistik bei vielen Verlagen im Fokus. Nach Angaben des BDZV planen bundesweit zwei Drittel der Verlage für 2016, neue zielgruppenspezifische Produkte nah an ihrer Marke zu entwickeln. Die Studie „Trends der Zeitungsbranche 2016“, die der BDZV am 26. Januar in Berlin gemeinsam mit der Unternehmensberatung SCHICKLER vorgestellt hat, arbeitet die Trends heraus, die sich auch auf Landesebene für Baden-Württemberg so bestätigen lassen.

Dabei geht es vor allem um digitale Produkte für jüngere Zielgruppen. Die Studie bestätigt vier Trends:

- Es gibt ein anhaltendes digitales Wachstum im Kerngeschäft
- Verlage bauen ihre Reichweite auf neuen digitalen Plattformen aus
- Die Markenbildung steht im Fokus, um das Kerngeschäft zu stärken
- E-Commerce ist der vorherrschende Trend außerhalb des Kerngeschäfts

In Baden-Württemberg präsentiert sich jeder Zeitungsverlag allein oder im Verbund mit Partnerverlagen mit einem vielfältigen Onlineangebot im Internet. Darüber hinaus bieten nahezu alle VSZV-Mitgliedsverlage E-Paper-Ausgaben ihrer Printausgaben an, die 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.

Das Engagement der baden-württembergischen Zeitungsverlage auf den einschlägigen Social Media Plattformen ist vielfältig. Ob Facebook, YouTube, Twitter, WhatsApp, Google+, Instagram und viele mehr: Die Aktivitäten der Verlage bedürfen ständiger Anpassung, gerade auch um jüngere Zielgruppen wirksam ansprechen zu können. Wenn man allein schon die Anzahl der täglichen Facebook-Nutzer in Deutschland von 21 Mio. betrachtet (Stand Januar 2016, Angaben von Facebook) wird deutlich, dass für die Verlage eine sorgfältig abgestimmte Social Media Strategie von erheblicher Bedeutung ist.

Zusätzlich 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.

Ebenso investieren die Verlage in die mediale Unterstützung des lokalen Einzelhandels. Hierbei geht es darum, mit dem Know-how des Verlages die Absatzbemühungen des lokalen Einzelhandels zu unterstützen, welcher der doppelten Belastung Online-Handel und Präsenzverkauf vor Ort kaum mehr Herr werden kann, ohne sich in die Abhängigkeit großer Internetkonzerne zu begeben und deren Verkaufsmodelle und Bedingungen zu akzeptieren. So soll mit neuen Projekten die Position und die Bedeutung des Handels in der Region gestärkt werden und gleichzeitig auch die Bedeutung der regionalen Verlagshäuser unterstrichen werden, die mit ihren Produkten einerseits wichtigster regionaler Werbeträger und an-

dererseits technisch innovative Dienstleister sind. Gleichzeitig befriedigt man die „neuen“ Verbraucherbedürfnisse: Der Verbraucher will, verkürzt ausgedrückt, „alles und überall zugleich“. Während sich in der Vergangenheit mit eCommerce und stationärem Einzelhandel zwei separate Stränge gebildet haben, setzt dieser neue Gedanke bei der Verbindung dieser Stränge an: Lokale Online-Marktplätze schlagen eine Brücke zwischen Online- und Offline-Welt.

Beispielhaft genannt seien an dieser Stelle einige Lösungsansätze der Verlage. Das Projekt „Lieblingsladen“ hat der Südkurier unter Einbeziehung lokaler Händler sowie dem Handelsverband Südbaden ins Leben gerufen. Hintergrund des Projektes ist der Gedanke, dass ein Kaufinteressent sich den Artikel auch unmittelbar vor Ort anschauen kann, den er kaufen möchte. Auf den durch den Verlag erstellten „Lieblingsladen-Seiten“ der teilnehmenden Händler können dann ausgewählte Artikel reserviert und beim Händler vor Ort abgeholt werden.

Zur Unterstützung des lokalen Einzelhandels initiierte die Heilbronner Stimme im Sommer des Berichtsjahres das Projekt „Kauf Regional“. Es beinhaltet redaktionelle Berichterstattung, Informations- und Motivationsseminare, Zeitungsannoncen, Radiospots, Online-Präsenz auf Google und Facebook sowie Flyer. Bestandteil ist ebenfalls die Funktionalität „Click & Collect“. Es besteht die Möglichkeit, die Artikel zu reservieren und danach im Geschäft abzuholen. Nach der Registrierung auf der Website des Verlages kann sich der Nutzer bestimmte Angebote in der Region sichern.

Ende November 2015 hat die Südwest Presse gemeinsam mit dem Berliner Start-Up-Unternehmen „Locafox“ ein Kooperationsprojekt angekündigt. Ab 2016 können lokale Händler der Region Ulm künftig ihre im Ladengeschäft verfügbaren Produkte auf einer Locafox-Seite einstellen, ohne dass dafür ein Online-Shop notwendig ist. Kunden können sich über das Produkt online informieren und dann online reservieren, gekauft wird es aber im stationären Geschäft, Stichwort "Click and Collect". Das trägt den Bedürfnissen der Verbraucher Rechnung: Marktstudien zeigen: 95 % der Konsumenten erwarten, über einen Online-Marktplatz die Warenverfügbarkeit im Laden lokal prüfen zu können, 86 % ist es dann wichtig, diese Waren reservieren und dann im Geschäft abholen zu können.

Die Arbeitsgruppe Local Commerce des VSZV-Ausschusses Digitale Medien befasst sich intensiv mit diesen Fragen. Weitere Medienhäuser in Baden-Württemberg arbeiten ebenfalls an Modellen, um mit dem Know-how des lokalen und regionalen Zeitungshauses den Handel vor Ort zu unterstützen und dort die gewachsenen Beziehungen zu den Kunden vor Ort in die digitale Zukunft zu retten.

Ergänzt wird das Informations-Angebot der Verlage durch eine Vielzahl von App-Anwendungen mit Informationsangeboten für mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablet-Computer. Hier werden für alle gängigen mobilen Endgeräte in den jeweiligen Betriebssystemen Entwicklungen angeboten.

Aus der oben bereits erwähnten Studie der Firma SCHICKLER geht weiterhin hervor, dass 60 % der Verlage planen, mit Content-Aggregatoren wie beispielsweise Blendle zusammenzuarbeiten beziehungsweise ihre Inhalte auf Plattformen wie „Facebook Instant Articles“ einzubringen.

So haben sich beispielsweise der Mannheimer Morgen und die Schwäbische Post in Aalen sehr früh dafür entschieden, auf dem im Juni in Deutschland gestarteten „Digitalen Kiosk“ des holländischen Anbieters „Blendle“ ihre Zeitungsinhalte elektronisch zur Verfügung zu stellen.

Zusätzlich sind die Verlage aktiv dabei, die Bewegtbildangebote im Rahmen ihrer elektronischen Produkte auszubauen. Nahezu alle Verlage in Baden-Württemberg nutzen die Möglichkeit, in ihren elektronischen Angeboten die Textberichterstattung durch entsprechende Videos zu unterstützen. Diese zusätzlichen und ergänzenden Informationsangebote werden in alle digitalen Angebotsformen der Verlage integriert und runden die Informationsangebote der Verlage ab.

Wie in den Jahren zuvor spielen die Themen „paid content" / „paywalls" sowie „mobile websites" bei der Vermarktung digitaler Inhalte eine große Rolle.

Paid Content ist weiterhin auf dem Vormarsch: Laut der Studie „Paid Content in Deutschland" des DCI Instituts in Zusammenarbeit mit der Hochschule Fresenius in Hamburg haben bereits 12,8 % aller Onliner im Internet Geld für digitale Services und Inhalte ausgegeben. Hochgerechnet auf die Gesamtbevölkerung haben demnach bereits rund 6,5 Mio. Online-Nutzer Paid-Content-Angebote genutzt.

Gerade die Regionalzeitungen stellen das Gros der Paid-Content-Angebote. Am häufigsten von drei Hauptformen ist das sog. Freemium-Model verbreitet, bei dem nur bestimmte Premium-Inhalte etwas kosten. Nach Angaben des BDZV verfolgen 59 % aller Zeitungstitel mit Paid-Content diese Strategie. Allerdings waren dies im Jahre 2014 noch 68 %.

Ein solches praktiziert beispielsweise der Südkurier, der mit dem Angebot SK-Plus weiteren Zugriff auf vertiefte Hintergrundinformationen sowie auf Reportagen aus Politik, Wissenschaft, Gesellschaft und aus der Region sowie auf Meinungsbeiträge gewährt. Auch die Pforzheimer Zeitung bietet so über das Angebot PZ+ ein erweitertes Angebot für Abonnenten. Für ein ähnliches Verfahren hat sich auch die Eßlinger Zeitung nach dem Relaunch ihres Internetauftritts entschieden. So sollen Nachrichten vom internationalen und nationalen Geschehen, aus Politik, Wirtschaft und Sport sowie ein bestimmtes Basisangebot aus dem lokalen Bereich frei zugänglich bleiben, jedoch sollen bestimmte Inhalte - Themen aus dem lokalen und regionalen Bereich - die aufwändig selbst generiert werden, nur den Abonnenten vorbehalten bleiben.

Beim sog. Metered Model wird der Nutzer erst dann zum Bezahlen aufgefordert, wenn er eine bestimmte Anzahl der Abrufe pro Monate überschreitet. In Deutschland setzen aktuell 34 % der Zeitungstitel auf diese Lösung, vor einem Jahr waren es noch ca. 26 %.

Experimentiert wird bei den Metered Models noch mit der Anzahl der kostenlos abrufbaren Artikel und ab wann sich ein Nutzer ggf. auf einem Portal registrieren lassen muss, um die vollumfängliche Zahl der Gratisartikel nutzen zu können.

So können z.B. auf dem Online-Portal des Mannheimer Morgen 15 Artikel monatlich kostenfrei gelesen werden, es erfolgt im Laufe des Abrufs der Hinweis auf die Möglichkeit, gegen Bezahlung vollumfänglich auf das Angebot zugreifen zu können. Darüber hinaus muss ein Online-Abo abgeschlossen werden. Die Schwäbische Zeitung, die ebenfalls eine Bezahlschranke in Form eines Metered Modells errichtet hat, hat sich im Gegensatz dazu für grundsätzlich 20 kostenlose Artikel entschieden: In der ersten Stufe ist der kostenlose Zugriff auf 10 Artikel möglich, wobei nach Abruf einer bestimmten Anzahl von Artikeln der Hinweis erfolgt, dass man sich den Bezug weiterer 10 kostenloser Artikel dadurch sichern kann, dass man sich auf dem Portal registriert.

Hinzugekommen sind im Laufe des Berichtsjahres weitere Bezahlschranken auf Websites der Mitgliedsverlage. So bietet die Rhein-Neckar-Zeitung in Heidelberg 10 kostenlose Zugriffe auf 10 Artikel monatlich gratis, der Kauf eines einzelnen Artikels ist per Handy möglich, ebenso der uneingeschränkte Zugang zum Web-Angebot durch Erwerb eines Tagespasses.

Auch die Weinheimer Nachrichten (Freemium Modell mit Tages- oder Monatspass zur Freischaltung des Zugriffs auf alle Webinhalte) und der Zollern-Alb-Kurier (für den Zugriff auf die Website ist ein Digitalabo zum Preis von 1 € für Abonnenten, für Nicht-Abonnenten zum Preis von 4,99 € monatlich erforderlich) haben sich, mit den geschilderten unterschiedlichen Lösungsansätzen, für Bezahlangebote entschieden.

Ein Bezahlsystem plant auch die Südwestdeutsche Medienholding in Stuttgart. Dabei soll die „Stuttgarter Zeitung“ im Digitalen eng mit den „Stuttgarter Nachrichten“ zusammenarbeiten.

Die sog. harte Bezahlschranke ist die strengste Form der drei angebotenen Formen. Nur der Abonnent kann das gesamte Angebot nutzen, alle anderen können nur auf die Start- und Übersichtsseiten zugreifen oder nur bestimmte Anteile eines Artikels lesen. Diesem Modell kommen die Lösungen, welche die Nürtinger Zeitung oder der Zollern-Alb-Kurier in Balingen gewählt haben, am nächsten.

Immer wichtiger wird für die Verlage die Vermarktung ihrer Angebote auf intelligenten Mobilgeräten wie Smartphones und Tablet-Computern. Hier hat die Werbung an Dynamik in den letzten Jahren erheblich zugenommen. Von den 41 Zeitungswebsites in Baden-Württemberg boten im Berichtsjahr 23 die Funktionalität „mobile website“ an. Von diesen wiederum wurden im Jahre 2015 14 über die OMS vermarktet, die sich mittlerweile unter dem Dach des Werbevermarkters Stroer befindet.

Ausschuss Digitale Medien

Der VSZV-Ausschuss Digitale Medien wird von Ullrich Villinger, Zeitungsverlag Waiblingen, geleitet. Innerhalb des Ausschusses Digitale Medien gibt es zwei Arbeitsgruppen: Die Arbeitsgruppe „Social Media“ (geleitet von Sebastian Pantel, Südkurier) sowie die Arbeitsgruppe „Local Commerce“ (unter der Leitung von Frank Wiedemann, Südwest Presse).

Auf der Sitzung des Ausschusses Digitale Medien am 12. Mai 2015 wurden folgende Themen behandelt:

1. Sachstandsberichte aus den Ausschüssen:
   - Online-Rubrikenmärkte, Bericht über ein Immobilien-Online-Projekt von Verlagen aus der Region Stuttgart von Ullrich Villinger, Zeitungsverlag Waiblingen
   - Arbeitsgruppe Social Media, Bericht von Thomas Löbel, Mannheimer Morgen
   - Reichweiten, Bericht von Sebastian Pantel, Südkurier
   - Local Commerce, Bericht von Frank Wiedemann, Südwest Presse
   - Crossmediale Vermarktung, Bericht von Stephan Körting, Reutlinger General-Anzeiger
2. Löschungsansprüche gegenüber den Online-Archiven der Verlage (Referent Ralf Wetzel, VSZV)
3. What’ s App Kanäle für Zeitungsverlage: Diskussion

Auch wurde beschlossen, die Arbeitsgruppen „Reichweiten“ und „Social Media“ aufgrund der sich überschneidenden Themen in einer Arbeitsgruppe zusammenzuführen.

Im Anschluss daran fand die erste gemeinsame Sitzung des VSZV-Anzeigenausschusses sowie des Ausschusses Digitale Medien statt. Themen waren:

1. "Quo Vadis Local Commerce - neue Chancen für Zeitungsverlage?"
   Impulsvortrag von Frank Wiedemann, Südwest Presse
2. „City-App - Ihre Stadt in Ihrer Hosentasche“

Bericht von Martin Küfner/Ludwig Ederle, Heilbronner Stimme
3. „SIMPLY LOCAL – die Antwort des stationären Handels auf Amazon & Co.“
   Vorstellung durch Michael Volland, Geschäftsführer, my-xplace GmbH
4. „Snipda click & collect – das Erlösmodell für Zeitungsverlage“
   Präsentation durch Norbert Beck, Geschäftsführer METATRAIN GmbH
5. „regional.tips - User erwarten mehr als Shopping“
   Vorstellung durch Benjamin Quitter, Geschäftsführer und Gründer, 4D-Medien

Im Jahre 2015 waren folgende Arbeitsgruppen innerhalb des VSZV-Ausschusses Digitale Medien aktiv:

AG Reichweiten (Leitung Sebastian Pantel, Leiter Online-Redaktion, Südkurier)

Die AG traf sich zum ersten Termin am 5. Februar 2015 in Freiburg.

Gegenstand der Sitzung war das Thema Reichweitenauswertung. Es ging um Methoden und Ermittlungsansätze von Reichweitenmessungen, die von den einschlägigen Dienstleistern und den verfügbaren Tools entweder nicht ausreichend oder nicht einheitlich ausgewiesen werden und um deren Vergleichbarkeit und mögliche Schlussfolgerungen für die Verlage daraus.

Danach traf sich die am 12. Mai des Berichtsjahres zusammengelegte Arbeitsgruppe Reichweiten / Social Media am 9. September 2015 in Stuttgart. Themen waren:

1. Trends in der Online Reichweitenmessung
   - Was sind die aktuellen Trends in der Online-Reichweitenforschung
   - Welche Wünsche und Vorstellungen haben die Verlage
   - Wie verändern sich die „Traffic-Quellen“
   - Welche Auswirkungen haben diese Entwicklungen auf die Online-Strategien der Verlage
2. Social Media Tools: Werkzeuge zur Verbesserung der Arbeit mit Social Media Plattformen
   - Vorstellung der Social-Tools „Echobox“ und „Clever Social“
3. Drohnen-Fotos und -Videos auf Online-Plattformen:
   - Austausch über bisherige Nutzung in den Verlagen und Fallstricke
4. Drittanbieter-Plattformen: Blendle, Facebook Instant Articles, Pinobox
   - Diskussion über Anbieten von Content auf Drittanbieter-Plattformen
5. Video-Dienstleister: Das unbefriedigende Thema Videodienstleistungen
   - Brightcove (USA): Dienstleistungsunternehmen für die Bereitstellung von Bewegtbildern auf Online-Plattformen
6. Allgemeine Aussprache und Verschiedenes
   - OMS

Der nächste Sitzungstermin ist für das zweite Quartal 2016 geplant.

AG Local Commerce (Leitung Frank Wiedemann, Südwest Presse)

Im November 2014 wurde innerhalb des Ausschusses Digitale Medien die Arbeitsgruppe „Local Commerce“ gegründet. Diese soll die weiter oben in diesem Bericht angesprochenen Bestrebungen der Verlage unterstützend begleiten, wie durch Bereitstellung von Know-how der lokale Einzelhandel vor Ort unterstützt werden kann, seine Absatzbemühungen in Zeiten des wachsenden Online-Handels gegenüber Großanbietern wie z.B. Amazon und Ebay zu verbessern.

Die Arbeitsgruppe hat sich erstmalig zu einem „Kick-Off-Meeting“ in Ulm am 29. Januar 2015 getroffen. Im ersten Meeting ging es um die Bestimmung des Arbeitsfeldes der Arbeitsgruppe und um den Versuch einer Positionsbestimmung der Verlage angesichts der rasanten Entwicklung im Bereich des Online-Handels:

1. Impulsvortrag: Quo Vadis Local Commerce? Einführung von Frank Wiedemann (Südwest Presse)
2. Erfahrungsaustausch: Die Zeitungsverlage als die idealen Kommunikationspartner für den Handel
3. Handelsplattformen für lokale Autohäuser: Lösungsansätze und Vorstellung der „Beacon Lösung“ durch die Fa. Devpoint GmbH
4. Welche Business Modelle & Wertschöpfungspotenziale sind denkbar, gibt es bereits Lösungsansätze im Markt?

Die Arbeitsgruppe hat sich im Berichtsjahr noch weitere drei Male getroffen. Themen der Sitzung am 29. April 2015 in Pforzheim waren:

1. Vorstellung der Handelsplattform „Atalanda“ (Projekt Online City Wuppertal) durch den Geschäftsführer Roman Heimbold, Bad Reichenhall
2. Austausch, Einblicke und Erfahrungsberichte des Einzelhandels in Pforzheim: Werbegemeinschaft Wilferdinger Höhe, Intersport Profimarkt und Intersport Adventure, Geschäftsführerin Nicole Kälber
3. Projekt „appyshopper“, vorgestellt durch Stefen Koch, Eßlinger Zeitung
4. Diskussion: Mögliche Umsatzpotentialfelder im Bereich „Local Commerce“, Erfahrungsaustausch der AG-Teilnehmer

Am 22. Juli 2015 traf sich die Arbeitsgruppe wiederum in Ulm. Themen der Sitzung waren:

1. Vorstellung der Plattform „locafox“, der Local-Shopping-Plattform für Produkte aus dem stationären Handel durch Michael Wendt, Mitgründer der Locafox GmbH, Berlin
2. Austausch, Einblicke und Erfahrungsberichte aus dem lokalen Einzelhandel in Ulm
3. "Dienstleistungen für den Einzelhandel", Bericht durch Christopher Wertz und Semih Kinyas, Pforzheimer Zeitung
    - Gemeinsame Workshop-Runde: Erarbeitung eines Fragebogens
4. Umsatzpotentialfelder im Bereich Lokal Commerce, Thesen von Frank Wiedemann, Südwest Presse
    - Gemeinsame Workshop-Runde: Bewertung und Gewichtung

Am 18. November 2015 traf sich die Arbeitsgruppe zu ihrer vierten Sitzung in Heilbronn. Auf der Agenda standen folgende Themen:

1. Vorstellung der Plattform „kauf-regional“ durch Geschäftsführer Norbert Beck, SNIPDA / Metatrain GmbH, Neumarkt
2. Erfahrungsbericht und Vorstellung „kauf-Regional Heilbronn“ durch Martin Küfner (Anzeigenleiter Heilbronner Stimme) und Aiste Philipp (stv. Anzeigenleiterin Heilbronner Stimme)
3. Vorstellung und Erfahrungsbericht „Lieblingsladen“ durch Michael Lauff, Südkurier
4. Gemeinsame Diskussionsrunde/Erfahrungsaustausch

Die nächste Sitzung der Arbeitsgruppe ist im ersten Quartal 2016 vorgesehen.

VIII. Aus- und Weiterbildung

1. Seminarangebot für kaufmännische Verlagsmitarbeiter

Im Jahr 2015 konnten aufgrund unvermindert geringer und weiter sinkender Anmeldezahlen anstatt der ursprünglich sechs geplanten lediglich zwei Seminare in Stuttgart durchgeführt werden. Insgesamt besuchten nur 12 Teilnehmer die durchgeführten Seminare zu den Themenkreisen Anzeigen, Personal und Recht.

Im Rahmen der seit 1999 bestehenden Ausbildungskooperation mit dem Verband Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV) wurden im Berichtsjahr insgesamt 13 Seminare angeboten, wovon am Ende acht Seminare durchgeführt werden konnten; vier Seminare mussten wegen zu geringer Anmeldezahlen, eines wegen Erkrankung der Referentin abgesagt werden. An den Seminaren und Workshops in Stuttgart und München nahmen insgesamt 81 Personen teil, hiervon stammten 43 Teilnehmer aus VSZV-Mitgliedsverlagen und 38 aus bayerischen Zeitungshäusern. Damit ist die Seminarbeteiligung im Berichtsjahr gegenüber dem Vorjahr wieder deutlich gesunken (Vorjahr: 121 Personen).

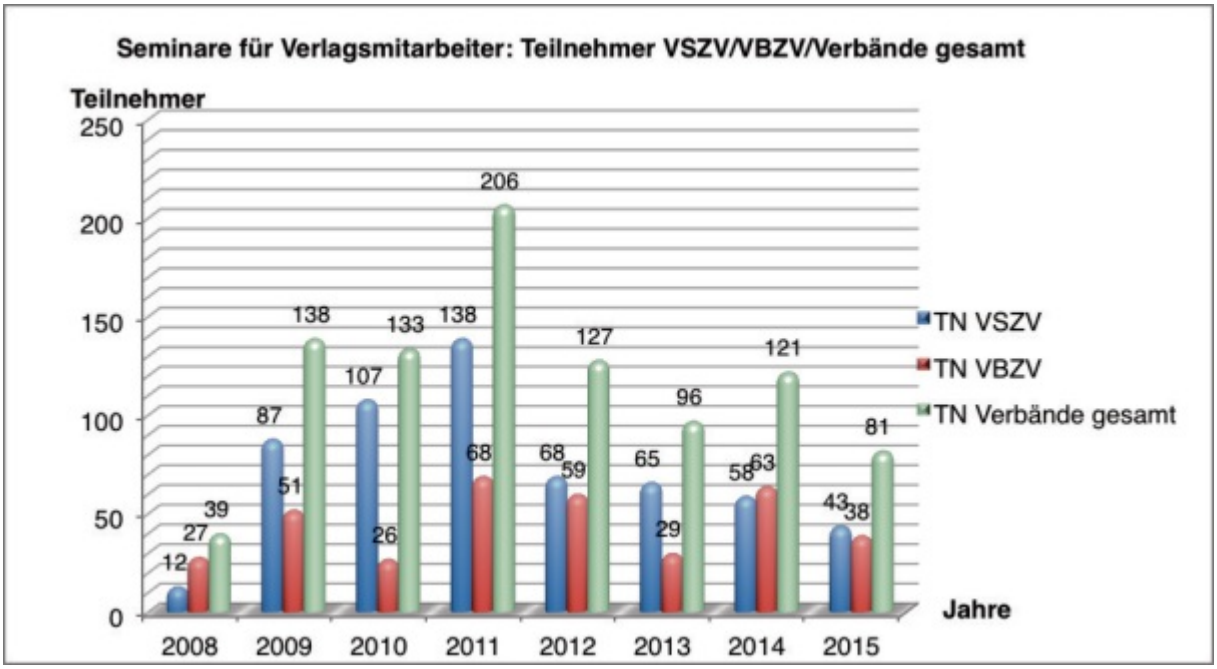
Folgende Seminare wurden 2015 abgehalten:

Seminartitel	Termin	ausrichtender Verband
Optimierungspotenziale in der Vertriebslogistik: Follow-Up-Workshop für Gebietsleiter	6. + 7. Mai 2015	VBZV
Vom Vertriebsinspektor zum verantwortlichen Gebietsleiter - Modul I	21. + 22. Mai 2015	VBZV
Aktuelles Anzeigenrecht – Print und Online	9. Juni 2015	VBZV
Vom Vertriebsinspektor zum verantwortlichen Gebietsleiter - Modul II	9. + 10. Juli 2015	VBZV
Vom Vertriebsinspektor zum verantwortlichen Gebietsleiter - Modul III	24. + 25. September 2015	VBZV
Aktuelles Anzeigenrecht – Print und Online	7. Oktober 2015	VSZV
Erfolgreich Texten im Anzeigenverkauf – klassisch und digital	15. Oktober 2015	VBZV
Datenschutzmanagement im Unternehmen	21. Oktober 2015	VSZV

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Teilnehmer VSZV	12	87	107	138	68	65	58	43
Teilnehmer VBZV	27	51	26	68	59	29	63	38
gesamt	39	138	133	206	127	96	121	81

Die Teilnehmer-Entwicklung sei anhand des nachfolgenden Diagramms verdeutlicht:



2. Praxisseminar für junge Mediaplaner

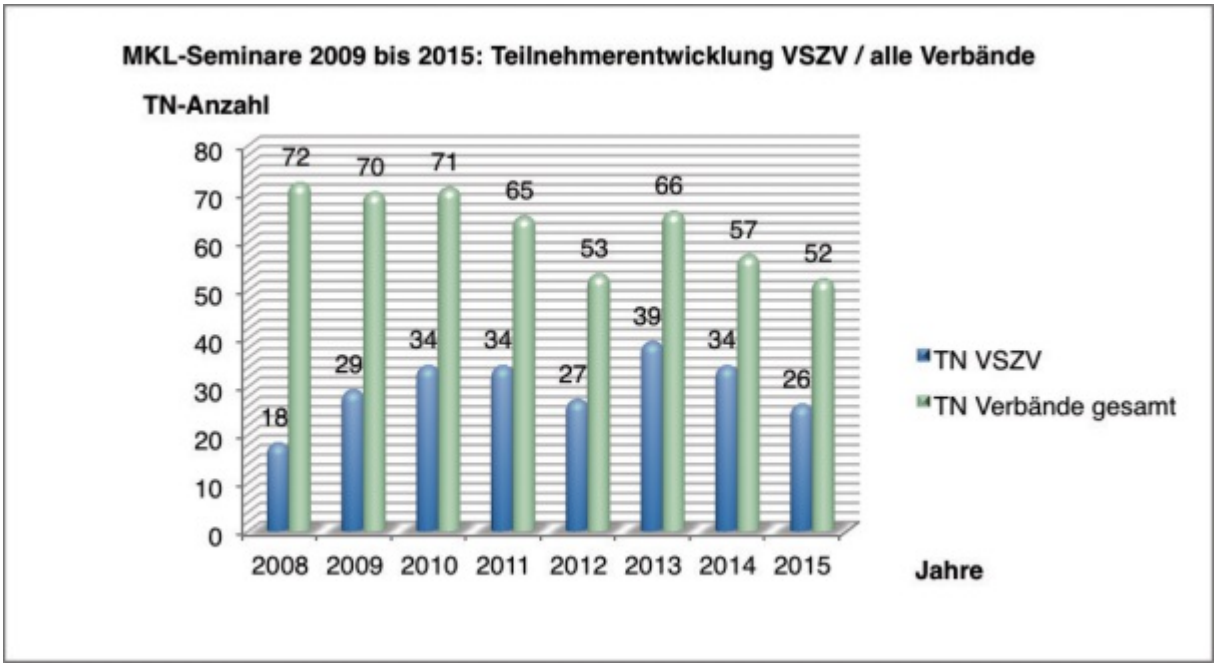
Im Berichtsjahr fand das sechzehnte baden-württembergische Praxisseminar „einfach Zeitung!“ für sich in der Ausbildung befindende Mediaplaner in Zusammenarbeit mit der Stuttgarter Zeitung / Stuttgarter Nachrichten statt. Weitere Kooperationspartner der vom VSZV im Jahr 1997 auf Landesebene begründeten und seit 2006 in Kooperation mit der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft durchgeführten Veranstaltung waren die Verlagsbüros Bischofberger & Schaible Medienpartner und VBS Verlagsbüro Süd, Glauner & Partner. Im Jahr 2015 nahmen insgesamt fünfzehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter baden-württembergischer Mediaagenturen an dem Workshop zur Mediaplanung teil. Am 4. November 2015 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.

3. Medienkaufmännische Berufsausbildung / Seminarangebote

3.1 Prüfungsvorbereitungsseminar für auszubildende Medienkaufleute Digital/Print

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.

Die Teilnehmerzahlen für die Prüfungsvorbereitungsseminare entwickelten sich im Vergleich zu den Vorjahren bedauerlicherweise rückläufig. Das verdeutlicht nachstehendes Diagramm:



Wie ersichtlich haben im Jahre 2015 lediglich 52 Teilnehmer im Gegensatz zum Jahre 2014 mit noch 57 Teilnehmern (TN) an den drei Veranstaltungen teilgenommen.

Die über den VSZV angemeldeten Teilnehmer kamen im Jahre 2015 mehrheitlich aus baden-württembergischen Verlagen (außer 2 TN aus Bayern), wovon im Berichtsjahr 2015 26 TN (2014: 34 TN) aus Zeitungsverlagen, 8 TN (2013: 7 TN) aus Zeitschriftenverlagen und 18 TN (2013: 16 TN) 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.

3.2. Grundlagenseminar zum Medienverkauf für auszubildende Medienkaufleute

Im Dezember 2015 wurde zum dritten Mal nach den Jahren 2013 und 2012 das Grundlagenseminar zum Medienverkauf für auszubildende Medienkaufleute des zweiten und dritten Lehrjahres angeboten. Das Seminar wurde, wie in den beiden Vorjahren auch, zusammen mit dem bayerischen Schwesterverband VBZV ausgeschrieben. Mit insgesamt zehn Teilnehmern aus fünf baden-württembergischen Verlagen ist die Veranstaltung sehr erfolgreich gelaufen. Die Resonanzen der Teilnehmer waren sehr gut.

In dem zweitägigen Seminar ist den jungen Auszubildenden das verkäuferische Grundlagenwissen, die soziale Kompetenz in der Verkaufssituation sowie der erfolgreiche Umgang mit Kunden vermittelt worden. Das Angebot sollte eigene Schulungen der Verlage nicht ersetzen, sondern begleiten und ein Wissensgerüst schaffen, auf dem Auszubildende, die am Medienverkauf interessiert sind und dafür geeignet scheinen, aufbauen können.

Die Wichtigkeit der systematischen Ausbildung in dem weiten und schwierig zu bearbeitenden Feld des Medienverkaufs für in den Beruf einsteigende Medienkaufleute ist immer wieder zu betonen.

Ab dem Jahre 2016 wird der VSZV diese Fortbildungschance für junge Medienkaufleute nochmals erheblich verbessern.

Mit der Gründung der advise-Medienakademie (advise-akademie.de) innerhalb des VSZV, die im Frühjahr des Jahres 2016 ihre Tätigkeit aufnehmen wird, wird diesen Notwendigkeiten in besonderem Maße Rechnung getragen. So sollen gerade auch junge Medienkaufleute durch die neuen Fortbildungsprogramme angesprochen werden. Durch das in sechs Modulen aufgebaute vielfältige und umfangreiche Schulungsprogramm werden den Teilnehmern die notwendigen Kenntnisse umfassend und nachhaltig vermittelt. Damit werden die Voraussetzungen für ein erfolgreiches Arbeiten im Medienverkauf geschaffen und erheblich verbessert.

IX. JBB – Journalistische Berufsbildung

1. Seminararbeit 2015

Im Jahr 2015 wurden von der JBB 30 eigene Veranstaltungen im Bereich Redaktion abgehalten (Vorjahr: 36). Dazu kamen sechs von der JBB organisierte Veranstaltungen für den vfm, den Verein für Medieninformation und -dokumentation (Vorjahr: ebenfalls sechs). An den von der JBB im redaktionellen Bereich abgehaltenen Seminaren, die vorwiegend in Stuttgart und Blaubeuren stattfanden, nahmen 355 Personen teil (Vorjahr: 359). Zusammen mit den Seminaren für Medienarchivare und -dokumentare waren es 36 von der JBB organisierte Seminare mit insgesamt 468 Teilnehmern.

Ausgebucht waren im Jahr 2015 wieder die Grundlagenseminare und zwei der drei Aufbauseminare. Gut besucht waren ebenfalls die Seminare „Die Lust am Lesen wecken“, „Kreatives Schreiben“, „Modernes Zeitungsdesign“, „Multimediale Erzählformen“ und „Storytelling“. Dasselbe gilt für die Seminare „Fotos für die Tageszeitung und fürs Web“ und „Gehirngerechtes Schreiben“, die im Vorjahr abgesagt werden mussten.

In diesem Jahr mussten die Seminare „Redigieren für die Tageszeitung“, „Schreibcoaching“, „Audio-Slideshow“, „Mobile Videoproduktion“, der Workshop „What`s App in Redaktionen“, „Nutzwertjournalismus“, „Sonderveröffentlichungen und Kollektive“, „Feature“, „Sportjournalismus“ und “PR-Manipulationen durchschauen“ sowie „Twitter“ abgesagt werden.

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 erneut 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: Augsburger Allgemeine, Badische Neueste Nachrichten, Karlsruhe, Rheinpfalz, Ludwigshafen, Cellesche Zeitung, Frankfurter Neue Presse, Main Post, Würzburg, Nürnberger Presse, Wiener Zeitung, Donaukurier, Eichstätt, Gießener Allgemeine, Süderländer Tageblatt, Straubinger Tagblatt, Deutsche Presseagentur, Berlin, Evangelischer Pressedienst, Mediengruppe Oberfranken, Bamberg, Horndruck & Verlag KG, Bad Schönborn, Ernsting`s family, Coesfeld-Lette, Panini Verlags GmbH, Stuttgart, Ministerium für Kultus, Jugend und Sport, Stuttgart, Ministerium für Verkehr und Infrastruktur, Stuttgart, Hochschule Heilbronn, AOK – die Gesundheitskasse, Ulm, GEW, Stuttgart, Landesmedienzentrum, Stuttgart, Deutsche Telekom, Darmstadt, IHK Heilbronn, Schwäbischer Turnerbund e.V., Handwerkskammer für Mittelfranken, Nürnberg, Börse Aktuell Verlag AG, Stuttgart, Bio-Verlag, Aschaffenburg, IHK Rhein-Neckar, Mannheim, Deutscher Sparkassenverlag, Stuttgart, AZ-Verlagssevice GmbH, Augsburg, Bremische Evangelische Kirche, Orgeldinger media group GmbH, Esslingen, Nutzwerk GmbH, Dresden, Konradin Mediengruppe, Leinfelden-Echterdingen, IG Metall, Frankfurt, MVB Marketing und Verlagsservice, Frankfurt, Presse Company, Stuttgart, Böhme Verlag, Soltau, Lift Stuttgart, Germany Trade & Invest GmbH, Berlin, Landeshauptstadt Stuttgart, Deike Verlag, Konstanz, WMV Bretten.

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 2015 folgendes Bild: In 41 Verlagen, davon 39 Mitgliedsverlage und 2 Nichtmitgliedsverlage (Jahr 2014: 38 Verlage, 36 Mitgliedsverlage, 2 Nichtmitgliedsverlage), wurden insgesamt 173 Volontäre ausgebildet (Vorjahr: 167 Volontäre), 98 Volontärinnen (56,6 %) und 75 Volontäre (43,4 %). Damit ist die Anzahl der Volontäre gegenüber dem Vorjahr um sechs Volontäre gestiegen. Gleichzeitig gibt es wie in den Vorjahren wieder deutlich mehr Volontärinnen als Volontäre.

Die Anzahl der ausbildenden Verlage ist ebenfalls leicht gestiegen. 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, 2013 auf 38 (davon 36 Mitgliedsverlage), 2014 ebenfalls auf 38 angewachsen. Im Jahr 2015 sind es nun 41 Verlage (davon 39 Mitgliedsverlage), die ausbilden.

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

	1983		**1990**		**2001**		**2009**		**2013**		**2015**	
VOLONTÄRE		%		%		%				%		%
insgesamt	**183**		**241**		**210**		**163**		**166**		**173**	
weiblich	**64**	35,0	**117**	48,6	**93**	44,3	**102**	62,6	**96**	57,8	**98**	56,6
männlich	**119**	65,0	**124**	51,5	**118**	56,2	**61**	37,4	**70**	42,2	**75**	43,4
VOLONTARIAT												
2-jährig	**151**	82,5	**198**	82,2	**176**	83,8	**156**	95,7	**135**	96,4	**135**	78,0
3-jährig									**28**	16,9	**35**	20,2
verkürzt	**32**	17,5	**43**	17,8	**24**	11,4	**7**	4,3	**3**	1,8	**3**	1,7
ABSCHLUSS												
Abitur	**94**	51,4	**73**	30,3	**56**	26,7	**15**	9,2	**8**	4,8	**7**	4
Fachhochschule	**8**	4,4	**10**	4,2	**11**	5,2	**6**	3,7	**3**	1,8	**6**	3,5
Universität *	**53**	29,0	**126**	52,3	**130**	61,9	**134**	82,2	**150**	90,4	**154**	89,0
Uni ohne Abschluss	**21**	11,5	**16**	6,6	**17**	8,1	**7**	4,3	**4**	2,4	**4**	2,3
Sonstige	**7**	3,8	**16**	6,6	**2**	1,0	**1**	0,6	**1**	0,6	**2**	1,2
*davon Abschluss in Kommunikationswiss.	**7**	3,8	**4**	1,7	**17**	8,1	**30**	18,4	**40**	24,1	**33**	19,1
REDAKTEURE					**1912**		**1849**		**1946**		**1937**	
Volontäre + Redakteure					**2122**		**2012**		**2112**		**2110**	

Erhoben wurde auch wieder die Anzahl der fest angestellten Redakteure. Die Umfrage ergab, dass in den baden-württembergischen Tageszeitungsverlagen zum Stichtag 1. Januar 2015 1.937 Redakteure in Vollzeit beschäftigt wurden (Vorjahr 1909). Das sind im Vergleich zum Vorjahr wieder 28 mehr.

Der Anteil der Volontäre mit Hochschulabschluss hat sich stabilisiert, nämlich bei 89 % im Jahr 2015 (Vorjahr: 88 %). Der Anteil der Volontäre mit letztem Abschluss Abitur hat wieder abgenommen, nämlich von 6,6 % auf 4 %. Dem gegenüber ist der Anteil der Volontäre mit abgebrochenem Studium von 1,8 % auf 2,3 % gestiegen. Die Anzahl der Volontäre mit Studienabschluss Kommunikationswissenschaften ist von 18,6 % auf 19,1 % angestiegen.

3. Seminare für Volontäre und Redakteure

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

Bei insgesamt 30 Seminaren und 87 Seminartagen (Vorjahr: 36 Seminare, 97 Seminartage) nahmen 355 Personen (Vorjahr: 359 Personen) teil. Insgesamt waren es 1.363 Teilnehmerbildungstage (Vorjahr: 1.356). Im Durchschnitt waren es bei den Volontärs- und Redakteursseminaren 11,8 Teilnehmer pro Seminar (Vorjahr 9,7).

4. Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB

Am 30. April 2015 fand eine Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB statt.

Bei der Vorstandssitzung wurden als Beiräte berufen bzw. bestätigt: Jörg Bischoff, Karl Geibel, Markus Langer, Stefan Proetel, Henning Otte, Thomas Satinsky, Hans-Peter Schreijäg, Susanne Stiefel, Hartmut Troebs. Die Berufung erfolgte en bloc einstimmig.

Mit Blick auf die nächste Sitzung wurde angeregt, die Praxis der Berufung der Beiräte zu überdenken und Personen in den Beirat zu berufen, die aktiv mit der Volontärsausbildung zu tun haben. Der JBB-Vorstand ist generell offen für Vorschläge.

Bei der gemeinsamen Sitzung von Vorstand und Beirat wurden die Entwicklung der Volontärszahlen sowie der Ablauf der Seminararbeit erörtert und das Seminarprogramm 2016 besprochen.

Für die Grund- und Aufbauseminare waren nach den Vorschlägen einer Arbeitsgruppe in der JBB einige Weiterentwicklungen beschlossen worden. Die bisherigen Themen „Was ist guter Lokaljournalismus“ und „Recherche im Lokalen“ beim Grundlagenseminar wurden zusammengelegt und werden nun an einem Tag behandelt. Beim Aufbauseminar ist das Thema „Der Redakteur und die kommunalen Machtstrukturen“ gestrichen worden. Es wird nun beim Grundlagenseminar beim Thema Lokaljournalismus mit behandelt.

Folgende Themen wurden neu in die Grundlagen- und Aufbauseminare aufgenommen:

Grundlagen des Online-Journalismus: Die Zeitung im Internet, Zentrale Thesen zum Online-Journalismus, dem Online-Marketing, der Internet-Strategie einer Zeitung sowie dem ressortübergreifenden Arbeiten, Diskussion der häufigsten Kritikpunkte, Bedeutung Sozialer Netzwerke für den journalistischen Alltag, Finanzierungsmodelle (Anzeigen, Freemium, Metered).

Neue Darstellungsformen im Online-Journalismus: Unterscheidung zwischen print- und onlinejournalistischen Darstellungsformen, Online-Tools, die jeder Volontär schnell, einfach und ohne großen Mehraufwand selbst einsetzen kann, Online-Tools zum Beispiel für Statistiken, Karten, Zeitleisten, Vergleichsfotos, Präsentationen, Live-Ticker. Aufwand und Ertrag dieser

Zusatzelemente, Datenjournalismus: So funktioniert er im Kleinen, so im Großen (z.B. bei der NYT). Best-Practise-Beispiele zu Multimediareportagen, Crowdsourcing und Newsgames.

Recherche im Internet: Google richtig nutzen, Google-Tools, Social Media gezielt durchsuchen, Regeln für Umgang mit Social Media, Bilder verifizieren im Web, Bilder suchen, Webseiten überprüfen, wem gehört eine Webseite etc., Datensicherheit.

5. VSZV-Vertreter des JBB-Vorstandes

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

6. DJV-Vertreter des JBB-Vorstandes

Hans-Dieter Weßbecher, Ludwigsburger Kreiszeitung (Sprecher)
Sascha Bickel, Fränkische Nachrichten, Tauberbischofsheim
Kathrin Konyen, freie Journalistin
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
Henning Otte, dpa
Thomas Satinsky, Pforzheimer Zeitung
Hans-Peter Schreijäg, Schwarzwälder Bote, Oberndorf
Susanne Stiefel, freie Journalistin
Hartmut Troebs, Reutlinger General-Anzeiger

8. Seminarprogramm 2016

Im Jahr 2016 werden alle Seminare wieder angeboten, die im Jahr 2015 genügend Interessenten gefunden haben. Neu in das Programm aufgenommen wurde das Seminar Datenjournalismus (professionelle Erstellung und Präsentation von Statistiken, Karten, Zeitleisten, Visualisierungen, gerade im Lokalen liegen ja viele Zahlenschätze verborgen).

Das Seminarprogramm 2016 der JBB enthält wiederum ein umfassendes Bildungsangebot für die Mitarbeiter der Zeitungsverlage. Insgesamt sind 42 Seminare mit insgesamt 105 Seminartagen geplant, außerdem fünf Fortbildungsseminare für Archivare und Dokumentare.

X. Journalistenpreise

Theodor-Wolff-Preis

Der Theodor-Wolff-Preis 2015 - die Auszeichnung der deutschen Zeitungsverleger für herausragende journalistische Leistungen – ging an die Südwest Presse-Redakteure Christine Liebhardt und Rudi Kübler. Die Jury würdigte damit das crossmediale Projekt zur „Nacht der 100.000 Bomben“, in dem die Journalisten aus der Lokalredaktion Ulm die Ereignisse des 17. Dezember 1944 nachzeichnen, als ein alliierter Bomberangriff große Teile der Ulmer Altstadt zerstörte.

European Newspaper Design Award

Folgende Zeitungen aus Baden-Württemberg erhielten 2015 einen Design-Award:

Badische Zeitung, Heilbronner Stimme, Ludwigsburger Kreiszeitung, Mannheimer Morgen, Pforzheimer Zeitung, Sindelfinger Zeitung, Sonntag Aktuell, Stuttgarter Nachrichten, Stuttgarter Zeitung, Stuttgarter Kinderzeitung (von StN und StZ), Südkurier, Südwest Presse.

WAN-IFRA Junge-Leser-Preise

Je ein erster Preis ging an die Heilbronner Stimme in der Kategorie "Digital First" und an die Schwäbische Post/Gmünder Tagespost in der Kategorie "Marke" (Brand). Die Heilbronner Stimme war mit ihrem Projekt "4. Dezember 1944" siegreich: Hier konnten - vor allem zahlreiche junge - Leser und Nutzer mobil per WhatsApp am 4. Dezember 2014 minutengenau mitverfolgen, was geschah, als ihre Stadt 70 Jahre zuvor im Bombenhagel des Zweiten Weltkriegs zerstört wurde. Die Schwäbische Post/Gmünder Tagespost wurde für ihre "Mini-WM" geehrt, bei der Schulkinder aus dem Verbreitungsgebiet an zwei Tagen im Sommer 2014 ihre eigene Fußball-Weltmeisterschaft austrugen und klassenweise jeweils ein Nationalteam bildeten.

Ralf-Dahrendorf-Preis für Lokaljournalismus

Rafael Binkowski von der Leonberger Kreiszeitung erhielt den diesjährigen Ralf-Dahrendorf-Preis für Lokaljournalismus. In monatelanger Recherche hat Binkowski ein enges Beziehungsgeflecht zwischen Kommunalpolitikern und Unternehmern in der baden-württembergischen Gemeinde Weissach aufgedeckt, mit dem dafür gesorgt wurde, dass üppige Gewerbesteuer-Einnahmen am Ort blieben.

Der zweite Preis ging an die Badische Zeitung. Journalisten aus verschiedenen Ressorts haben ein besonders heikles Thema beleuchtet: eine starke Zunahme von Gewalt- und Eigentumskriminalität durch minderjährige Flüchtlinge in der Freiburger Innenstadt war Anlass dafür, dass sich die Redaktion aus den unterschiedlichsten Blickwinkeln mit der Situation und den Schicksalen dieser jungen Menschen beschäftigte.

Der erste Preis ist mit 5000 Euro, der zweite Preis mit 3000 Euro und der dritte Preis mit 2000 Euro dotiert.

XI. Aus den Verlagen

Fränkische Nachrichten

Die Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG (Herausgeberin der Südwest Presse) hat sich zum 1. Mai 2015 von der Tauber-Zeitung getrennt. Künftig erscheint die Tauber-Zeitung im Verlag der Fränkische Nachrichten Verlags-GmbH. Der traditionsreiche Tageszeitungstitel, der zu den ältesten in Baden-Württemberg gehört, bleibt damit erhalten und wird fortgeführt.

Die Tauber-Zeitung bleibt als eigenständiger Titel bestehen, wird aber nicht mehr im Berliner, sondern im etwas größeren Rheinischen Format gedruckt. Da die Fränkischen Nachrichten bereits im gesamten Main-Tauber-Kreis, also auch im bisherigen Verbreitungsgebiet der Tauber-Zeitung erscheinen, lassen sich Synergieeffekte nutzen.

Heilbronner Stimme

Das Medienunternehmen Heilbronner Stimme hat für Öhringen eine kostenlose CityApp entwickelt. Nutzer von Smartphones und Tablets erhalten damit aktuelle Informationen über die Stadt Öhringen und das Dienstleistungsangebot vor Ort.

Der Basiseintrag in der CityApp Öhringen mit Adresse, Telefonnummer und Navigationsfunktion ist kostenfrei. Eine Pro-Version mit weiteren Informationen wie beispielsweise Öffnungszeiten ist für HGV-Mitglieder gratis. Die neue CityApp Öhringen steht kostenlos unter dem Suchbegriff „Öhringen“ in den App-Stores von Apple und Google Play zum Download bereit.

Schüler durften bei der 12. Kinder-Pressekonferenz des Medienunternehmens Heilbronner Stimme Ministerpräsident Winfried Kretschmann (Grüne) eine Stunde lang befragen. Mehr als 120 Mädchen und Jungen im Alter von 9 bis 13 Jahren hatten sich für die Veranstaltung angemeldet.

Die Heilbronner Stimme hat für die Woche des Bahn-Streiks die „Stimme-Mitfahrbörse für die Region“ ins Leben gerufen. Eine Plattform auf Facebook, über die die Menschen in der Region Fahrgemeinschaften bilden und sich gegenseitig austauschen können.

Über den Web-Blog „Eine Woche Bahnstreik“ informierte die Heilbronner Stimme zudem über Neuigkeiten und stellte Informationen zu Ersatzfahrplänen und Servicehotlines zusammen. Darüber hinaus zeigte der Live-Blog, welche Auswirkungen der Bahnstreik in der Region hatte. Gleichzeitig wurden Stimmungen und Erlebnisse der Reisenden online und in Print dokumentiert.

Aus dem echo am Sonntag wurde das echo am Wochenende. Ab Oktober kam die bisherige Sonntagsausgabe der Wochenzeitung aus dem Medienunternehmen Heilbronner Stimme bereits im Laufe des Samstags in die Briefkästen. Der Vorteil: Die Leser wissen künftig schon früher, was am Wochenende los ist. Das echo am Mittwoch wird weiterhin wie gewohnt erscheinen.

Mannheimer Morgen

Dirk Lübke ist zum 1. Januar 2015 zum neuen Chefredakteur des Mannheimer Morgen (MM) berufen worden. Er trat die Nachfolge des am 1. Dezember 2014 verstorbenen Horst Roth an. Der 54-Jährige kam als Lokalchef und stellvertretender Chefredakteur nach Mannheim.

10 Monate nach dem Start von Mannheim24 und Heidelberg24 erhielt auch Ludwigshafen ein neues Internet-Portal: Die Headline24 GmbH & Co. KG, ein Unternehmen der Mediengruppe Dr. Haas, hat die Internetseite Ludwigshafen24.de gestartet.

Mühlacker Tagblatt

Mit mehr als 400 geladenen Gästen aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft haben die Geschäftsleitung und Mitarbeiter der Elser Gruppe Druck und Medien auf dem Mühlacker Gartenschaugelände das 125-jährige Bestehen des Unternehmens gefeiert.

Pforzheimer Zeitung

Die Tochterfirma der Pforzheimer Zeitung „Info – Das Magazin Pforzheim“ hat erstmalig das kostenlos erhältliche Magazin „Mein Karrierestart“ veröffentlicht. Auf 138 Seiten finden sich nützliche Tipps für die Bewerbung um einen Ausbildungsplatz und die aktuelle berufliche Situation in der Region. In einem Sonderteil werden Schulen & Hochschulen behandelt. Erfahrungsberichte von aktuellen Azubis und Schülern sollen den Lesern zusätzliche Impulse geben. Die Inhalte sind ebenfalls online abgebildet. Jugendliche sollen sich primär vom digitalen Portal www.mein-karrierestart.info angesprochen fühlen und in kurzen Ausbildungsvideos erfahren, welche Firmen und Ausbildungsberufe am besten zu ihnen passen. In den Videos erzählen Azubis dem Nutzer auf Augenhöhe von ihrem Beruf und ihren Tätigkeiten im Betrieb.

Schwäbisch Media

Talents Connect und Schwäbisch Media starteten mit südjobs.de. Die regionale Karriereplattform für Baden-Württemberg bietet den Unternehmen der Region eine von Talents Connect entwickelte Technologie, um offene Stellen optimal mit wenig Zeitaufwand zu besetzen. Die Plattform richtet sich speziell an Berufseinsteiger wie Auszubildende, Studenten, Hochschulabsolventen und Young Professionals.

Schwäbisch Media kooperiert als erstes regionales Medienhaus mit SIMSme, dem Messenger der Deutschen Post, um Nachrichten der Schwäbischen Zeitung zu verbreiten. Leserinnen und Leser der Schwäbischen Zeitung haben die Möglichkeit, die wichtigsten Nachrichten aus der Region als Push-Mitteilungen auf ihrem Smartphone zu empfangen.

Seit Anfang Juni hat die Schwäbische Zeitung mehr als 10 000 Digitalabonnenten, die via Tablet, Computer oder Smartphone auf die Inhalte zugreifen. Seit dem Relaunch von Schwäbische.de im Mai 2014 bedeutet das ein Wachstum von mehr als 70 %.

Mit ihrem Digitalabo haben Kunden seit Mitte vergangenen Jahres Zugang zu allen Inhalten aus dem gesamten Verbreitungsgebiet - von Lindau bis Aalen, von Spaichingen bis Leutkirch.

Schwäbisches Tagblatt

Elisabeth Frate, die Verlegerin des Schwäbischen Tagblatts in Tübingen, hat die Staufermedaille des Landes Baden-Württemberg erhalten. Mit dieser persönlichen Auszeichnung würdigte Ministerpräsident Winfried Kretschmann ihr Engagement für das Zeitungs- und Verlagswesen sowie für kranke Kinder und Jugendliche in Baden-Württemberg. Die Staufermedaille wird seit 1977 vergeben und ist eine der höchsten Auszeichnungen des Landes Baden-Württemberg.

Schwarzwälder Bote

Der Schwarzwälder Bote erscheint in neuem Design. Regionalisierung und Bildgestaltung standen im Fokus des Relaunchs. Passend zum 180. Geburtstag hat die regionale Tageszeitung ein neues Layout erhalten. Besonders deutlich wird das auf der ersten Seite: Die Schrift ist erhalten geblieben, der Titelkopf wird nun aber über die gesamte Seitenbreite gezogen. Direkt unter dem Titel werden Themenanreißer platziert und mit Bildern angereichert. Hier finden sich Mantel-Themen ebenso wieder wie lokale Inhalte.

Eine Fördersumme in Höhe von 2.000 Euro hat der Schwarzwälder Bote für sein Projekt Tablet-Schule von der Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg erhalten. Die Initiative, die sich für Medienkompetenz bei Kindern und Jugendlichen einsetzt, bewertete das Projekt sehr positiv. Ziel des Projekts ist es, den Schülern Medienkompetenz zu vermitteln sowie Tablet und ePaper als neue Unterrichtswerkzeuge vorzustellen.

Südkurier

Das Online-Angebot „SK Plus“ wird positiv angenommen. Über 10.000 zahlende Kunden nutzen das Angebot. Nachrichten, Hintergründe und exklusive Artikel, die das Medienhaus auf Südkurier Online veröffentlicht, sind SK Plus-Mitgliedern vorbehalten. SK Plus-Mitglieder nutzen diese Inhalte und weitere Services wie eBook- und Ratgeber-Downloads unbegrenzt. Unterwegs steht den Mitgliedern SK Plus über die Südkurier Mobil-Apps für Android-Smartphones und das iPhone zur Verfügung. Abonnenten der Print-Ausgabe des Südkurier werden für 99 Cent im Monat Mitglied bei SK Plus, Nicht-Abonnenten zahlen 9,90 Euro.

Das Südkurier Medienhaus investiert weiter in moderne Web-Technologie: Ab sofort ist das eigene Jobportal Jobs-im-Südwesten.de vollständig responsive aufgebaut. Diese Art der Programmierung liefert den Nutzern eine optimale Darstellung der Inhalte, unabhängig vom verwendeten Gerät – also PC, Laptop, Tablet oder Smartphone.

Das Südkurier Medienhaus hat die eCommerce-Initiative LieblingsLaden gestartet. Aus bisher 20 Städten von Villingen-Schwenningen bis Markdorf sind lokale Händler mit dabei, die ihre Produkte jetzt auch im Internet anbieten. Weitere Städte werden folgen. Die Händler sind nicht mit klassischen Online-Shops oder im Rahmen eines regionalen Marktplatzes bei LieblingsLaden vertreten, sondern mit individuellen Händlerseiten, die alle mit der sogenannten Click & Collect-Funktion ausgestattet sind. Das heißt, der Verbraucher kann sich online über die Produkte seines LieblingsLadens informieren, diese reservieren und dann im Geschäft vor Ort kaufen.

Südwestdeutsche Medienholding

Die Stuttgarter Zeitung und die Stuttgarter Nachrichten, gemeinsam die reichweitenstärksten Online-Nachrichtenportale im Südwesten, arbeiten im Digitalbereich noch enger zusammen. Gemeinsam mit Stuttgart Internet Regional (SIR) - der Onlinegesellschaft der MHS - recherchieren die Online-Redakteure von Stuttgarter Zeitung und Stuttgarter Nachrichten künftig unter einheitlicher Leitung aus einem Newsroom. Durch die Bündelung werden Doppelarbeiten zwischen den heute drei Redaktionen vermieden.

Stuttgarter Zeitung und Stuttgarter Nachrichten reagieren mit einem Zukunftsprogramm auf das veränderte Mediennutzungsverhalten. Mit dem Programm „Der neue Stuttgarter Weg“ fassen die beiden Medienmarken künftig ihre Redaktionen in einer flexiblen Gemeinschaftsredaktion zusammen. Beide Zeitungen bleiben bestehen, Eigenständigkeit und Profil beider Marken werden unter anderem durch eigene Titelteams und exklusive Autoren garantiert. In der neuen Redaktion liefern künftig neun gemeinsame Ressorts Inhalte für beide Marken.

Dazu gehört auch das neu zu gründende Ressort „Multimediale Reportage“, in dem Reporter gemeinsam mit Videoredakteuren und einem Webdesigner hochwertige Webinhalte erstellen. Die Produktion für alle Kanäle findet in einem gemeinsamen Newsroom statt, in dem auch die Digital Unit der beiden Redaktionen vertreten ist. Um die publizistische Eigenständigkeit, die inhaltlich unterschiedliche Schwerpunktsetzung sowie die Profilierung beider Titel zu gewährleisten, bleiben in StZ und StN weiterhin die Chefredaktionen getrennt, genauso wie die Art-Direktion, jeweils zwölf exklusive Autoren sowie eigenständige Titelteams. Die exklusiven Autoren arbeiten vor allem in den Bereichen Landespolitik, Lokalpolitik, Wirtschaft, Kultur und Sport.

Südwest Presse

Die mobilen Zugriffe auf südwestpresse.de stiegen nicht nur durch die Einführung eines WhatsApp-Nachrichtendienstes rasant an, ebenso wirkte sich der Start einer News-App sowie die weitere Entwicklung des Fußball-Portals FuPa positiv auf die digitale Reichweite der Südwest Presse aus.

Im Dezember 2015 verzeichnete das Nachrichtenportal eine Steigerung der mobilen Zugriffe um fast 60 % im Vergleich zum Vorjahr auf insgesamt 1.208.128 Visits (Quelle: IVW 12/2015).

Jobs.swp.de, das mit 17 Partnertiteln größte Jobportal der Region, präsentiert sich jetzt im Responsive Design.

Mit dem Relaunch der Metzinger Wochenzeitung (37.097 Exemplare) und des Münsinger Wochenanzeigers (17.958 Exemplare) wurde das Modell des Ulmer Wochenblatts übernommen. Die Anpassung bedeutet klarere Strukturen, mehr Menschen und mehr Service im Blatt.

Seit 1. Juli 2015 sind die bisher eigenständigen Nordverlage Haller Tagblatt (Schwäbisch Hall), Hohenloher Tagblatt (Crailsheim) und Rundschau (Gaildorf) unter dem Dach der Südwest Presse Hohenlohe GmbH & Co. KG (SHO) zusammengefasst, auf die auch ausnahmslos alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der drei bisherigen Nordverlage übergegangen sind.

Alle 38 Amts- und Kirchenblätter, die von den Standorten Ulm und Metzingen aus betreut werden, wurden unter dem Dach des NAK Verlages (Neue Anzeigen- und Kommunalblatt GmbH & Co. KG) gebündelt und arbeiten mit diesem Namen an den beiden Standorten. Die Wochenblatt-Aktivitäten der bisherigen NAK gehen ins Schwäbische Verlagshaus über.

Zum 1. Mai 2015 trennte sich die Neue Pressegesellschaft von der Tauber-Zeitung durch den Verkauf an die Fränkische Nachrichten Verlags-GmbH, die seither Herausgeberin der Tauber-Zeitung in Bad Mergentheim war.

Mit der Übernahme der Weidle KG (Druckerei) und einer Vertiefung der Kooperation mit dem Zollern-Alb-Kurier in Balingen wurde ein weiterer Schritt getan, um die Titel des Südwest-Presse-Verbundes weiter zu stabilisieren und die publizistische Kraft dieser Partnerschaft zu festigen.

Waiblinger Kreiszeitung

Der Zeitungsverlag Waiblingen (ZVW) hat eine Abendausgabe seiner vier Tageszeitungen gestartet. Die vier Abendausgaben erscheinen zwischen 18.12 Uhr und 18.24 Uhr im bereits bestehenden ZVW-E-Paper. Geworben wird mit einem Erscheinungstermin um 18.30 Uhr.

Die vier Abendausgaben umfassen je nach Erscheinungstag 10 bis 22 Seiten. Sie enthalten alle lokalen und regionalen Seiten sowie die Familienanzeigen. Bei Bedarf wird die Abendausgabe aktualisiert. Am nächsten Morgen wird sie von der normalen Tageszeitung überschrieben. ZVW-E-Paper-Abonnenten haben Zugriff auf alle vier Tageszeitungen und die vier Abendausgaben.

Der Zeitungsverlag Waiblingen will mit diesem Projekt den Vorabend als neue Lesezeit erschließen. Außerdem soll die Zahl der E-Paper-Abonnenten, die derzeit bei knapp über 5 % der Auflage liegt, deutlich steigen.

Zollern-Alb-Kurier

Nach über 40 Jahren in leitender Position, 30 Jahre davon als Geschäftsführer, hat Herr Klaus Jetter zum 1. Januar 2016 die Geschäftsführung des Druck- und Verlagshauses Hermann Daniel GmbH & Co.KG Betriebsgesellschaft in jüngere Hände gelegt. Damit zeichnet sich die sechste Generation des Familienunternehmens für das Unternehmen verantwortlich. Als jeweils einzelvertretungsberechtigte Geschäftsführer werden sein Sohn Kevin Jetter und sein Neffe Daniel Welte zukünftig die Geschicke des Unternehmens leiten.

XII. Gremien und Ehrenämter

Stand 31.12.2015

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	Ehrenvorsitzender
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	
Tilmann 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	
Dr. Bernadette Rothhaar	VSZV	
Ralf Wetzel	VSZV	

Anzeigenausschuss

Dr. Kurt Sabathil	Schwäbische Zeitung	Vorsitzender
Dr. Thomas Baumann	Südwest Presse	
Marc Becker	Stuttgarter Zeitung	
Ulrich Gottlieb	Der Teckbote	
Gerhard Haeberle	Mannheimer Morgen	
Marc Haselbach	Schwäbische Post	
Stefan Hörig	Badisches Tagblatt	
Reinhard Hofer	Schwäbische Zeitung	
Michael Hollfelder	Pforzheimer Zeitung	
Kevin Jetter	Zollern-Alb-Kurier	
Klaus-Ulrich Koch	Heidenheimer Zeitung	
Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger	
Michael Schmierer	Südkurier	
Hans-Carsten Steensen	Schwarzwälder Bote	
Ralph Strickler	Badische Zeitung	
Oliver Vollmer	Eßlinger Zeitung	
Hans-Ulrich Wetzel	Mühlacker Tagblatt	
Stephan Bourauel	VSZV	
Dr. Bernadette Rothhaar	VSZV	

Ausschuss Digitale Medien

Ullrich Villinger	Zeitungsverlag Waiblingen	Vorsitzender
Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung	
Jonas Bleeser	Schwäbisches Tagblatt	
Thomas Brackvogel	Südwest Presse	
Dr. Stefan Dierkes	Schwäbische Post	
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	
Annett Peterhänsel	Heilbronner Stimme	
Gerhard Ulmer	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Christian Weiß	Badische Zeitung	
Frank Wiedemann	Südwest Presse	
Rainer Wiesner	Südkurier	
Martin Wilhelm	Heidenheimer Zeitung	
Stephan Bourauel	VSZV	
Dr. Bernadette Rothhaar	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	
Svenja Grampp	Südkurier	
Holger Hammer	Heidenheimer Zeitung	
Bernd Keim	Pforzheimer Zeitung	
Ronald Koppelt	Schwäbische Zeitung	
Peer Ley	Hohenloher Tagblatt	
Gertraud Otero	Vaihinger Kreiszeitung	
Gertraud Paul	Stuttgarter Zeitung	
Egon Ruf	Schwäbisches Tagblatt	
Wolfgang Schenk	Eßlinger Zeitung	
Ullrich Villinger	Zeitungsverlag Waiblingen	
Thomas Zehnle	Badische Zeitung	
Stephan Bourauel	VSZV	
Dr. Bernadette Rothhaar	VSZV	

Anzeigenausschuss: Arbeitsgruppe Außendienstqualifizierung

Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger	Leitung
Wolfgang Dieter	Schwäbisches Tagblatt	
Udo Kretschmer	Zeitungsverlag Waiblingen	
Oliver Vollmer	Eßlinger Zeitung	

Anzeigenausschuss: Arbeitsgruppe Benchmarkvergleich

Reinhard Hofer	Schwäbische Zeitung	Leitung
Ulrich von Gehlen	Badische Zeitung	
Martin Küfner	Heilbronner Stimme	
Jutta Lindner	Mannheimer Morgen	
Hans-Carsten Steensen	Schwarzwälder Bote	

Anzeigenausschuss / Ausschuss Digitale Medien: Arbeitsgruppe Crossmediale Vermarktung

Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger	Leitung
Dr. Thomas Baumann	Südwest Presse	
Michel Bieler-Loop	Südkurier	
Marc Esslinger	Badische Zeitung	
Jan Halpape	Schwäbische Zeitung	
Marc Haselbach	Schwäbische Post	
Reinhard Hofer	Schwäbische Zeitung	
Steffen Koch	Eßlinger Zeitung	
Alexander Kratzer	Stuttgarter Zeitung	
Matthias Schmid	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Ullrich Villinger	Zeitungsverlag Waiblingen	
Oliver Vollmer	Eßlinger Zeitung	
Frank Wiedemann	Südwest Presse	
Martin Wilhelm	Heidenheimer Zeitung	

Anzeigenausschuss: Arbeitsgruppe Gattungsmarketing

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

Ausschuss Digitale Medien: Arbeitsgruppe Local Commerce

Frank Wiedemann	Südwest Presse	Leitung
Patrick Baum	Stuttgarter Zeitung	
Wolfram Daur	Schwäbische Post	
Marc Esslinger	Badische Zeitung	
Tobias Gräser	Südkurier	
Marc Haselbach	Schwäbische Post	
Carolin Huth	Südwest Presse	
Alexander Jäger	Südkurier	
Steffen Koch	Eßlinger Zeitung	
Michael Lauff	Südkurier	
Annett Peterhänsel	Heilbronner Stimme	
M. Schmid	Stuttgarter Zeitung	
Tobias Walter	Südwest Presse	
Markus Weber	Schwäbische Zeitung	
Christopher Wertz	Pforzheimer Zeitung	
Andreas Will	Reutlinger General-Anzeiger	

Anzeigenausschuss: Arbeitsgruppe Produktentwicklung

Klaus-Ulrich Koch	Heidenheimer Zeitung	Leitung
Tillmann Adam	Nürtinger Zeitung/Wendlinger Zeitung	
Wolfgang Altmann	Pforzheimer Zeitung	
Silvio Bernadowitz	Kreiszeitung Böblinger Bote	
Elke Best	Eßlinger Zeitung	
Kornelije Casni	Kreiszeitung Böblinger Bote	
Tanja Dehner	Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung	
Tim Hager	Metzinger-Uracher Volksblatt	
Marc Haselbach	Schwäbische Post	
Bettina Holzwarth	Geislinger Zeitung	
Christian Hügerich	Die Oberbadische	
Stefanie Keller	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Bernd Köhle	Der Teckbote	
Udo Kretschmer	Zeitungsverlag Waiblingen	
Tobias Lehmann	Südwest Presse	
Bernd Maier	Schwarzwälder Bote	
Aiste Philipp	Heilbronner Stimme	
Carina Preiß	Heidenheimer Zeitung	
Alexander Rist	Reutlinger General-Anzeiger	
Verena Schildgen	Schwäbische Zeitung	
Wolfgang Schlösser	Weinheimer Nachrichten	
Silke Thiele	Hohenloher Tagblatt	
Stephanie Wolf	Zeitungsverlag Waiblingen	
Oliver Vollmer	Eßlinger Zeitung	
Hans-Jörg Zürn	Sindelfinger Zeitung/Böblinger Zeitung	

Anzeigenausschuss: Arbeitsgruppe Preisliste und Restplatzvermarktung

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

Ausschuss Digitale Medien: Arbeitsgruppe Social Media / Online-Reichweiten

Sebastian Pantel	Südkurier	Leitung
Heiko Bittner	Südwest Presse	
Jonas Bleeser	Schwäbisches Tagblatt	
Florian Budnik	Stuttgarter Zeitung	
Tobias Dambacher	Schwäbische Post	
Dr. Stefan Dierkes	Schwäbische Post	
Yannick Dillinger	Schwäbische Zeitung	
Tobias Döpker	Südwest Presse	
Ludwig Ederle	Heilbronner Stimme	
Petra Fecht	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Werner Flachs	Pforzheimer Zeitung	
Felix Fleischhauer	Schwäbische Post	
Jan Halpape	Schwäbische Zeitung	
Andre Hatos	Heilbronner Stimme	
Hanna Hecht	Schwäbische Zeitung	
Christoph Heymann	Mannheimer Morgen	
Markus Hofmann	Badische Zeitung	
Alexander Jäger	Südkurier	
Alexander Kratzer	Stuttgarter Zeitung	
Petra Kreissig	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Thomas Kurtz	Pforzheimer Zeitung	
Sven Liebman	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Thomas Löbel	Mannheimer Morgen	
Clara Mathes	Heilbronner Stimme	
Anja Modes	Stuttgarter Zeitung	
Carmen Oberweis	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Nicole Rabus	Eßlinger Zeitung	
Matthias Schmeing	Mannheimer Morgen	
Anne-Kathrin Schneider	Zeitungsverlag Waiblingen	
Simone Schön	Schwäbische Post	
Dominik Türschmann	Pforzheimer Zeitung	
Nina Weiß	Südwest Presse	
Frank Wiedemann	Südwest Presse	
Steffen Wolf	Südwest Presse	

Vertriebsausschuss: Arbeitsgruppe Zustellerfindung und -bindung

Thomas Zehnle	Badische Zeitung	Leitung
Alexander Bachmann	Schwäbische Zeitung	
Sanja Bangerth	Mannheimer Morgen	
Harald Bender	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Katja Bertz	Zeitungsverlag Waiblingen	
Klaus Bihlmaier	Zeitungsverlag Waiblingen	
Dietmar Brausendorf	Weinheimer Nachrichten	
Joachim Eggert	Reutlinger General-Anzeiger	
Holger Hammer	Heidenheimer Zeitung	
Manuela Hofmann	Fränkische Nachrichten	
Heike Kraft	Mannheimer Morgen	
Markus Lenz	Weinheimer Nachrichten	
Peer Ley	Hohenloher Tagblatt	
Thomas Merzinger	SWP/Die Neckarquelle	
Cornelia Neuberger	Heilbronner Stimme	
Lucia Nock	Schwäbische Zeitung	
Egon Ruf	Schwäbisches Tagblatt	
Joachim Schniepp	Südwest Presse	
Uwe Stegmeyer	Stuttgarter Zeitung / Stuttgarter Nachrichten	

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
Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung
Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen
Wolfgang Poppen	Badische Zeitung
Dr. Kurt Sabathil	Schwäbische Zeitung
Ullrich Villinger	Zeitungsverlag Waiblingen

Stellvertretende Delegierte

Tilmann Distelbarth	Heilbronner Stimme
Rainer Wiesner	Südkurier
Stephan Bourauel	VSZV

Anzeigenausschuss

Bernhard H. Reese	Stuttgarter Zeitung
Dr. Kurt Sabathil	Schwäbische Zeitung

Stellvertreter

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

Vertriebsausschuss

Gertraud Paul	Stuttgarter Zeitung
Thomas Zehnle	Badische Zeitung

Stellvertreter

Joachim Eggert	Reutlinger General-Anzeiger

Sozialpolitischer Ausschuss

Tilmann Distelbarth	Heilbronner Stimme
Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen

Stellvertreter

Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger
Stephan Bourauel	VSZV

Finanzbeirat

Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung

Stellvertreterin

Monika Krichenbauer	Nürtinger Zeitung

Arbeitsgruppe Digital

Ludwig Ederle	Heilbronner Stimme
Alexander Kratzer	Stuttgarter Zeitung
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger
Manfred Neufang	Badische Zeitung
Matthias Schlecht	Kreiszeitung Böblinger Bote
Ullrich Villinger	Zeitungsverlag Waiblingen
Frank Wiedemann	Südwest Presse
Rainer Wiesner	Südkurier
Stephan Bourauel	VSZV

Medienpolitischer Arbeitskreis

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

Arbeitsgruppe Recht

Dr. Verena Ehrlicher	Badische Zeitung
Johannes Fuchslocher	Mannheimer Morgen
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	stv. Vorsitzender
Dr. Holger Paesler	Südwest Presse	Schriftführer

ZDF-Fernsehrat		
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	

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

Thomas Brackvogel	Südwest Presse

ZAW – Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft

Präsidialrat

Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen

ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft

Aufsichtsrat

Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen	stv. Vorsitzender
Herbert Dachs	Stuttgarter Zeitung	

Projektgruppe „Marktentwicklung und Medialeistung, M & M“

Marc Becker	Stuttgarter Zeitung

Projektgruppe „TOP 100“

Gerhard Haeberle	Mannheimer Morgen	stv. Leiter
Anita Benesch	Stuttgarter Zeitung	
Ralph Strickler	Badische Zeitung	

Projektgruppe „Die Zeitungen.Awards“

Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen
Ralph Strickler	Badische Zeitung

Projektgruppe „Online-Vermarktung“

Martin Küfner	Heilbronner Stimme

XIII. Wir betrauern

Hans Wilhelm Baur
Verleger der Badischen Neuesten Nachrichten
verstorben am 10. Januar 2015
im Alter von 88 Jahren

Georg Fürst von Waldburg zu Zeil
Verleger und Miteigentümer der Schwäbischen Zeitung
verstorben am 2. Dezember 2015
im Alter von 87 Jahren

Heiner Weidle
Verleger der Schmiecha-Zeitung (Zollern-Alb-Kurier)
verstorben am 30. November 2015
im Alter von 78 Jahren

Dr. Wolfgang Wimmershof
Alt-Verleger der Vaihinger Kreiszeitung
verstorben am 5. Dezember 2015
im Alter von fast 99 Jahren

XIV. Wir gratulierten

Geburtstage

80 Jahre
Helmut Keller
Verleger der Marbacher Zeitung, Marbach
am 13. März 2015

80 Jahre
Brigitte Wetzel
Verlegerin des Mühlacker Tagblatts, Mühlacker
am 17. Mai 2015

70 Jahre
Elisabeth Frate
Verlegerin des Schwäbischen Tagblatts, Tübingen
am 23. Juli 2015

60 Jahre
Dr. Christine Bechtle-Kobarg
Verlegerin der Eßlinger Zeitung, Esslingen, und der Cannstatter/Untertürkheimer Zeitung
am 20. August 2015

60 Jahre
Monika Krichenbauer
Verlegerin der Nürtinger Zeitung, Nürtingen
am 8. August 2015

60 Jahre
Dr. Wolfgang Röhm
Verleger der Sindelfinger Zeitung, Sindelfingen
am 30. Juli 2015

50 Jahre
Hans-Ulrich Wetzel
Verleger des Mühlacker Tagblatts, Mühlacker
am 25. Januar 2015

Jubiläen

180 Jahre
Schwarzwälder Bote, Oberndorf

125 Jahre
Mühlacker Tagblatt, Mühlacker
Sindelfinger Zeitung, Sindelfingen

70 Jahre
Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg
Schwäbisches Tagblatt, Tübingen
Schwäbische Zeitung, Ravensburg
Stuttgarter Zeitung, Stuttgart
Südkurier, Konstanz
Südwest Presse/Schwäbische Donauzeitung, Ulm

Auszeichnungen

Elisabeth Frate
Verlegerin des Schwäbischen Tagblatts, Tübingen
zur Auszeichnung mit der Staufermedaille
des Landes Baden-Württemberg
am 1. Juli 2015

XV. Daten zur Tagespresse in Baden-Württemberg

Auflagenhöhen der Tageszeitungen in Baden-Württemberg

Stand: 31.12.2015

Zeitung	Verlagsort	verk. Auflage - IVW IV/2015	IV/2014
Mitglieder			
Schwäbische Zeitung	Ravensburg	168.745	(168.524)
Badische Zeitung	Freiburg	140.219	(143.030)
Südkurier	Konstanz	123.796	(126.911)
Stuttgarter Zeitung	Stuttgart	122.459	(127.098)
Südwest Presse *	Ulm/Donau	113.722	(121.111)
Schwarzwälder Bote	Oberndorf	92.564	(94.138)
Heilbronner Stimme	Heilbronn	84.212	(85.928)
Rhein-Neckar-Zeitung	Heidelberg	83.820	(86.397)
Mannheimer Morgen	Mannheim	72.676	(74.437)
Stuttgarter Nachrichten	Stuttgart	55.079	(57.266)
Waiblinger Kreiszeitung	Waiblingen	41.580	(42.028)
Schwäbisches Tagblatt	Tübingen	39.596	(40.417)
Reutlinger General-Anzeiger	Reutlingen	37.697	(38.432)
Ludwigsburger Kreiszeitung	Ludwigsburg	35.760	(37.044)
Pforzheimer Zeitung	Pforzheim	35.141	(35.539)
Badisches Tagblatt	Baden-Baden	32.857	(33.303)
Eßlinger Zeitung	Esslingen	31.460	(32.403)
Fränkische Nachrichten *	Tauberbischofsheim	30.205	(25.930)
Schwäbische Post	Aalen	23.126	(23.787)
Weinheimer Nachrichten	Weinheim	21.740	(21.939)
Heidenheimer Zeitung	Heidenheim	20.106	(20.012)
Nürtinger Zeitung	Nürtingen	19.676	(19.856)
Zollern-Alb-Kurier	Balingen	16.860	(17.502)
Haller Tagblatt	Schwäbisch Hall	16.503	(16.851)
Kreiszeitung Böblinger Bote	Böblingen	16.482	(16.584)
Backnanger Kreiszeitung	Backnang	15.008	(15.618)
Die Oberbadische	Lörrach	14.817	(15.180)
Der Teckbote	Kirchheim/Teck	14.305	(14.496)
Rems-Zeitung	Schwäbisch Gmünd	13.306	(13.625)
Metzinger-Uracher Volksblatt	Metzingen	11.557	(11.752)
Gäubote	Herrenberg	11.489	(11.607)
Geislinger Zeitung	Geislingen	11.398	(11.707)
Bietigheimer Zeitung	Bietigheim	11.136	(11.466)
Sindelfinger Zeitung	Sindelfingen	10.915	(10.990)
Übertrag:		1.590.012	(1.622.908)

* Auflage der Tauber-Zeitung ab 2015 den Fränkischen Nachrichten zugerechnet (bis 2014 der Südwest Presse zugerechnet)

Zeitung	Verlagsort	verk. Auflage - IVW IV/2015	IV/2014
Übertrag:		1.590.012	(1.622.908)
Gmünder Tagespost	Schwäbisch Gmünd	9.561	(9.807)
Cannstatter Zeitung	Stuttgart-Bad Cannstatt	9.267	(8.999)
Lahrer Zeitung	Lahr	8.281	(8.697)
Mühlacker Tagblatt	Mühlacker	7.242	(7.422)
SWP/Die Neckarquelle	Villingen-Schwenningen	7.011	(7.218)
Vaihinger Kreiszeitung	Vaihingen/Enz	6.872	(7.393)
Heidenheimer Neue Presse	Heidenheim	5.738	(5.876)
Zollern-Alb-Kurier	Albstadt-Tailfingen	2.942	(3.055)
Schwarzwälder Post (3x)	Zell/Harmersbach	2.300	(2.300)
Murrhardter Zeitung	Murrhardt	2.166	(2.220)
Eberbacher Zeitung	Eberbach	2.139	(2.260)
Auflagenhöhe Mitglieder:		**1.653.531**	**(1.688.155)**
Nichtmitglieder			
Badische Neueste Nachrichten	Karlsruhe	123.002	(125.323)
Offenburger Tageblatt	Offenburg	36.707	(36.241)
Acher-Rench-Zeitung	Oberkirch	11.508	(11.811)
Auflagenhöhe Nichtmitglieder:		**171.217**	**(173.375)**
Auflagenhöhe aller Tageszeitungen in Baden-Württemberg:		**1.824.748**	**(1.861.530)**

Mitgliederstand

	Mitgliedsverlage	verk. Auflage IVW
am 31.12.2014	50 *	1.688.155
* davon 5 Verlage über Südwest Presse		
am 31.12.2015	50 *	1.653.531
* davon 4 Verlage über Südwest Presse		

Ehrenvorsitzender: Konrad A. Theiss

Persönliche Mitglieder: Helmut Eckoldt, Gregor Stemmle,, Dr. Brigitte Weyl

Auflagenentwicklung aller Tageszeitungen in Baden-Württemberg 1980 - 2015

(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 %
2014	1.861.530	./.	33.521	=	./.	1,76 %
2015	1.824.748	./.	36.782	=	./.	1,98 %

Die Tageszeitungen in Auflagengruppen

Die von den 48 Verlagen am 31.12.2015 herausgegebenen Zeitungen verteilen sich auf folgende Auflagengruppen:

Auflagengruppe	Zahl der Zeitungen*		verkaufte Auflage IV/2015	IV/2014
bis 5.000	4	(4)	9.547	(9.835)
5.001 bis 10.000	7	(7)	53.972	(55.412)
10.001 bis 25.000	17	(17)	259.932	(264.783)
25.001 bis 50.000	9	(9)	321.003	(321.337)
50.001 bis 125.000	9	(6)	871.330	(519.277)
über 125.000	2	(5)	308.964	(690.886)
	48	(48)	1.824.748	(1.861.530)

In der Gruppe "bis 5.000" erscheint eine Zeitung 3 x wöchentlich.
* in Klammern: 2014

Die Tagespresse in Baden-Württemberg

Stand: 31.12.2015

Publizistische Einheiten

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion ohne Partnerverlage

		verk. Auflage IVW IV/2015
1	Schwäbische Zeitung, Ravensburg	168.745
2	Badische Zeitung, Freiburg	140.219
3	Badische Neueste Nachrichten, Karlsruhe	123.002
4	Stuttgarter Zeitung, Stuttgart	122.459
5	Heilbronner Stimme, Heilbronn	84.212
6	Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg	83.820
7	Reutlinger General-Anzeiger, Reutlingen	37.697
8	Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg	35.760
9	Pforzheimer Zeitung, Pforzheim	35.141
10	Badisches Tagblatt, Baden-Baden	32.857

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion und Partnerverlagen

11	Stuttgarter Nachrichten, Stuttgart	+ 11	321.215
12	Südwest Presse, Ulm	+ 18	305.700
13	Mannheimer Morgen, Mannheim	+ 4 *	138.901
14	Südkurier, Konstanz	+ 1	123.796
15	Schwarzwälder Bote, Oberndorf	+ 3	117.962
16	Offenburger Tageblatt, Offenburg	+ 1	48.215
17	Eßlinger Zeitung, Esslingen	+ 1	40.727

* 1 Verlag außerhalb Baden-Württembergs

Redaktionelle Ausgaben der einzelnen publizistischen Einheiten

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion ohne Partnerverlage

1. Schwäbische Zeitung, Ravensburg Auflage IV/2015: 168.745

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/2015: 140.219

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. Badische Neueste Nachrichten, Karlsruhe Auflage IV/2015: 123.002

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

4. Stuttgarter Zeitung, Stuttgart Auflage IV/2015: 122.459

mit Lokalausgabe Leonberger Kreiszeitung

5. Heilbronner Stimme, Heilbronn Auflage IV/2015: 84.212

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

6. Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg Auflage IV/2015: 83.820

RNZ-Bad Rappenauer Bote/ Eppinger Nachrichten
RNZ-Bergstraße/Mannheim – Weinheimer Rundschau
RNZ-Sinsheimer Nachrichten
RNZ-Eberbacher Nachrichten
RNZ-Heidelberger Nachrichten
RNZ-Region Heidelberg

RNZ-Mosbacher Nachrichten
RNZ-Nordbadische Nachrichten
RNZ-Schwetzinger Nachrichten
RNZ-Wieslocher Nachrichten/Walldorfer Rundschau

7. Reutlinger General-Anzeiger, Reutlingen Auflage IV/2015: 37.697

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

8. Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg Auflage IV/2015: 35.760

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

9. Pforzheimer Zeitung, Pforzheim Auflage IV/2015: 35.141

Pforzheimer Zeitung
Ausgabe Mühlacker

10. Badisches Tagblatt, Baden-Baden Auflage IV/2015: 32.857

Ausgabe Baden-Baden
Ausgabe Bühl
Ausgabe Rastatt
Ausgabe Murgtal

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion und Partnerverlagen

11. Stuttgarter Nachrichten, Stuttgart Gesamt-Auflage IV/2015: 205.553

Stuttgarter Nachrichten mit Lokalausgaben Fellbacher Zeitung Kornwestheimer Zeitung Marbacher Zeitung	Stuttgart
Backnanger Kreiszeitung	Backnang
Gäubote	Herrenberg
Heidenheimer Neue Presse *	Heidenheim
Kreiszeitung Böblinger Bote	Böblingen
Mühlacker Tagblatt	Mühlacker
Murrhardter Zeitung	Murrhardt
Nürtinger Zeitung Wendlinger Zeitung	Nürtingen
Rems-Zeitung	Schwäbisch Gmünd
Sindelfinger Zeitung/ Böblinger Zeitung	Sindelfingen
Vaihinger Kreiszeitung	Vaihingen/Enz
Waiblinger Kreiszeitung Schorndorfer Nachrichten Welzheimer Zeitung Winnender Zeitung	Waiblingen
Mit dem Schwarzwälder Bote besteht eine redaktionelle Kooperation	115.662
	321.215

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

12. Südwest Presse, Ulm/Donau Gesamt-Auflage IV/2015: 305.700

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
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	
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/2015: 138.901

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/2015: 123.796

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

15. Schwarzwälder Bote, Oberndorf Gesamt-Auflage IV/2015: 117.962

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

16. Offenburger Tageblatt, Offenburg Gesamt-Auflage IV/2015: 48.215

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

17. Eßlinger Zeitung, Esslingen Gesamt-Auflage IV/2015: 40.727

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

Anzeigen-Gemeinschaften

(in Klammern: verkaufte Auflage IV/2015)

1. Stuttgarter Zeitung - Anzeigengemeinschaft (414.016)

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

2. Südwest Presse, Ulm/Donau (278.120)

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

3. ZRN Zeitungsgruppe Rhein-Neckar, Mannheim (224.860)

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

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

4. Badische Zeitung / Die Oberbadische (155.036)

Badische Zeitung
Die Oberbadische

5. Schwarzwälder Bote, Oberndorf/Neckar (115.662)

mit den in der Redaktionsgemeinschaft verbundenen Zeitungen:

Lahrer Zeitung
Die Oberbadische
Schwarzwälder Bote

6. Miba, Mittelbadische Presse, Offenburg (48.214)

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

7. Anzeigengemeinschaft Eßlinger Zeitung (40.727)

Cannstatter Zeitung
Untertürkheimer Zeitung
Eßlinger Zeitung

8. Heidenheimer Anzeigenverbund, Heidenheim (25.844)

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: GO Druck Media GmbH & Co. KG, 73230 Kirchheim unter Teck
ISSN 0176-1307