



Jahresbericht2019

Vorwort

Das Jahr 2019 wird als das Jahr in Erinnerung bleiben, das dem Corona-Virus seinen Namen gab. Sars-Covid 19, so die offizielle Bezeichnung des Virus hat weltweite Auswirkungen auf Gesellschaft, Wirtschaft und Politik und prägt aktuell das Leben der Menschen weltweit – wir sprechen von einer Pandemie. Diese hat auch massive Auswirkungen auf Baden-Württemberg.

Die Tageszeitungen in Baden-Württemberg waren von diesen Entwicklungen in besonderem Maße betroffen. Von Beginn an wurden sie bei der Begleitung, Beschreibung und Abbildung der Geschehnisse als systemrelevante Infrastruktur durch die Koordinierungsstelle Kritische Infrastrukturen der Länder akzeptiert. Die Zeitungen haben ihre Aufgabe, die kontinuierliche Unterrichtung und Information der Bevölkerung mit relevanten Informationen und die Moderation der Debatte, in vorbildlicher Weise erfüllt. Steigende Klickraten in den Digitalangeboten der Zeitungen und eine stabile Nachfrage in der gedruckten Presse unterstreichen diese Tendenz.

Gleichsam brach das zweite wirtschaftliche Standbein der Verlage, das Anzeigen- und Veranstaltungsgeschäft in nie dagewesener Weise ein. Anzeigenrückgänge bis zu 80 Prozent und ein Totalausfall im Veranstaltungsgeschäft waren die wirtschaftliche Folge der Handlungsverbote für die werbetreibende Wirtschaft in Ausführung der Corona-Verordnung. Die 1. Corona-Verordnung vom 16. März 2020 hatte nämlich zur Folge, dass das öffentliche Leben fast vollständig zum Erliegen kam, öffentliche Institutionen, Schulen und Gaststätten schließen mussten und erst heute langsam wieder „hochgefahren“ werden. Die betriebswirtschaftlichen Folgen für die Verlagsbranche sind gravierend.

Aber auch der volkswirtschaftliche Schaden der Pandemie ist noch nicht absehbar. Die Neuverschuldung des Bundes zur wirtschaftlichen Unterstützung der notleidenden Wirtschaft und Institutionen geht in bislang nie gekannte Höhen. Gleiches gilt für die Zahl der Menschen in Kurzarbeit, einem arbeitspolitischen Instrument, welches für die Arbeitsabläufe in den Redaktionen eigentlich nicht passend ist. So nutzen die Verlage in Baden-Württemberg dieses Instrument, wenn gleich nur eingeschränkt, da die Redaktionen nach wie vor täglich eine vollumfängliche Zeitung produzieren, wenn gleich ohne nennenswerte Einnahmen auf Anzeigenseite und einer Aufstockung auf 80 Prozent der Bezüge für die tarifgebundenen Häuser. Hier unterstützt der Verband mit Rat und Tat die betroffenen Verlagshäuser, wie der Verband auch bei der Diskussion um KfW-Darlehen, spezifische Fördermaßnahmen und Anzeigenkampagnen auf Bundes- und Landesebene aktiv ist.

Angesichts dieser aktuellen Entwicklungen in Folge der Corona-Pandemie und die außerordentlichen Herausforderungen in der täglichen Arbeit ist dann aber die Beschreibung eines Leistungsnachweises für den Verlegerverband im Rückblick auf das Geschäftsjahr 2019 ganz weit entfernt. Dabei endete mit dem Jahr 2019 eine Dekade, in der in der Arbeit des Verbands wichtige Weichen für die Arbeit der nächsten Jahre vorbereitet und entschieden wurde und was alle betroffenen Verlage und deren Branchenvertretung noch viele Jahre begleiten wird.

Auf Bundesebene hat sich der BDZV im zurückliegenden Jahr in Bundesverband Digitalpublisher Zeitungsverleger e.V. umbenannt und damit auch im Namen ausgedrückt, dass sich der traditionelle Verlegerverband für neue Produkte und Mitglieder öffnen und damit Zukunft mitgestalten will. Die Klärung der dahinterstehenden Satzungsfragen, auch auf Ebene der Landesverbände, muss allerdings noch nachjustiert werden. Dies gilt auch für die Umsetzung des sogenannten Verlegerrechts, nachdem der EuGH die bestehenden nationalen Urheberrechtsvorgaben mangels hinreichendem Notifizierungsverfahren als unzulässig bemängelt hatte – hier gilt es jetzt national nach zu justieren und die aktuellen Regelungen der DSM-RL umzusetzen, damit die Verlage endlich mit einem durchsetzungsfähigen Verlegerrecht ihre Inhalte schützen und verwerten können. Dies gilt auch für die Umsetzung der Infrastrukturförderung zur Unterstützung der Zeitungszustellung in der Fläche. Diese in einem ersten Schritt vom Bund genehmigten 40 Millionen Euro für Tageszeitungen und Anzeigenblätter unterliegen im Moment der Anerkennung eines Umsetzungskonzepts, das noch aussteht. Die zugrunde liegende politische Anerkennung der Notwendigkeit der öffentlichen finanziellen Unterstützung von medialer Infrastruktur ist aber ein erster wichtiger Schritt zur Aufrechterhaltung einer vielfältigen Medienlandschaft auch in der Fläche und damit unumgänglich als Diskussionsgrundlage für die Folgejahre.

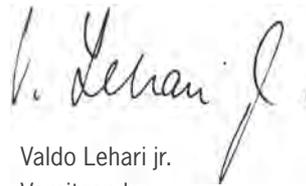
In diesem Sinne ist auch die Umsetzung der Beschlüsse des sogenannten „Runden-Tisch-Medien“ im Landesmediengesetz Baden-Württemberg mit der Betrauung einzelner Anbieter (hier insbesondere die Lokal-TV-Anbieter) gutzuheißen, wenn damit der Grundsatz, der finanziellen Unterstützung von „Public Value“ künftig nicht nur für einzelne Marktteilnehmer, sondern für relevante Medien insgesamt anerkannt wird. Eine wichtige Aufgabe des Verlegerverbands für die Zukunft wird es daher sein, die Diskussion über die öffentliche Finanzierung regionaler Medien so gerecht und transparent zu führen, dass es keine Verwerfungen unter den einzelnen Mediengattungen gibt, die Ungleichbehandlung im dualen System und im Blick auf die Öffentlichkeitsarbeit der öffentlichen Hand und der Kommunen abgeschafft wird sowie das Gebot der

Staatsferne der Medien dabei nicht aus dem Auge verloren wird. Dabei ist wichtig zu betonen, dass die Verlage keine Subventionen ihrer Inhalte anstreben, womit die Gefahr der Einflussnahme auf die journalistische Unabhängigkeit besteht, sondern vielmehr um die Unterstützung einer funktionsfähigen Infrastruktur für die Verteilung der medialen Produkte.

Diese Aufgabe wird neben dem Ehrenamt im Hauptamt vor allem auf Herrn Dr. Paesler zulaufen, dem neuen Geschäftsführer im VSZV. Mit dem Jahr 2019 gehen nämlich auch zwei Dekaden der Geschäftsführung unter RA Stephan Bourauele zu Ende, der sich ab Mitte 2020 neuen Aufgaben widmen wird. Der Verband dankt ihm für die in über zwanzig Jahren mit großem Engagement und Erfolg geleistete Tätigkeit als Geschäftsführer – dass dies in diesem Jahr nicht im Rahmen einer ordentlichen Mitgliederversammlung im Frühjahr möglich sein wird, ist wiederum den Einschränkungen in Folge der Corona-Pandemie geschuldet, die noch keine größeren Veranstaltungen zulässt.

Und so startet das Jahr und die Arbeit des neuen Geschäftsführers in turbulenten Zeiten für die Zeitungsbranche in Baden-Württemberg mit hoffentlich gutem Ausgang und einem Aufbruch zu Guten – wie so oft in der nunmehr 400jährigen Geschichte der Tageszeitungen. Auch im letzten Jahr ist so viel mehr passiert, letzteres entnehmen Sie bitte dem nachfolgenden Jahresbericht.

Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V.



Valdo Lehari jr.
Vorsitzender



Dr. Holger Paesler
Geschäftsführer

© Bernd Weifbrod/dpa



© VSZV



Inhalt

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

1.	Die wirtschaftliche Lage in Baden-Württemberg	9
2.	Auflagenstatistik	9
3.	Reichweiten	10
4.	Anzeigenumfänge	12

II. Arbeit der Verbandsorgane

1.	VSZV- Mitgliederversammlung/Jahrestagung 2019	17
1.1	Bericht des Vorsitzenden	17
1.2	Berichte der Vorsitzenden der Fachausschüsse	18
1.3	Rechnungslegung	25
1.4	Wahlen	26
1.5	VSZV-Satzungsänderung	27
1.6	VSZV-Wissensbank Datenschutz	27
1.7	Vorstellung der neuen Imagekampagne	28
1.8	Pressekonferenz	29
1.9	Vortragsveranstaltung zur VSZV-Jahrestagung	29
1.10	Verlegerabend	31
2.	Arbeit des VSZV-Vorstandes 2019	31
3.	VSZV-Anzeigenausschuss	32
4.	VSZV-Vertriebsausschuss	33
4.1	Sitzungen des VSZV-Vertriebsausschusses	33
4.2.	Arbeitsgruppe Benchmark Logistik	33
5.	Fachausschüsse Digitale Medien	34
5.1	Sitzungen des VSZV-Ausschusses Digitale Medien	34
5.2	Arbeitsgruppe Datenschutzgrundverordnung	35
6.	VSZV-Vermarktungstagung 2019	36
7.	VSZV-Gattungsmarketing	37
8.	Veränderungen in der VSZV-Geschäftsstelle	38

III. Recht und Sozialpolitik

1.	Amts- und Stadtblätter der Kommunen	43
1.1.	Amts- und Stadtblätter der Kommunen, weitere Rechtsprechung	43
1.2.	VSZV-Informationsveranstaltung zum Thema Amtsblätter	43
2.	Tarifverträge Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen	43
2.1	Tarifsituation Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen: GTV	43
2.2	Tarifvertrag über die Altersversorgung für Online-Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen	44
3.	Tarifverhandlungen für die Angestellten der Zeitungsverlage	44
3.1.	Gehaltstarifvertrag für die Angestellten der Zeitungsverlage in Baden-Württemberg	44
3.2	Manteltarifvertrag für die Angestellten der Zeitungsverlage Baden-Württemberg	45
4.	Urheberrecht	45
5.	Geszentwurf des BMJ zum Maßnahmenpakets gegen Rechtsextremismus und Hasskriminalität	46
6.	Presseauskunftsgesetz	46

IV. Medienpolitik

1. Umsetzung der Ergebnisse „Runder Tisch Medienzukunft Baden-Württemberg“	51
2. Infrastrukturförderung der Zeitungszustellung	52
3. Reform des Urheberrechts: Leistungsschutzrechte in Deutschland und auf europäischer Ebene – Stärkung des urheberrechtlichen Schutzes für die Presseverleger (Publishers Right)	53
4. Das Verhältnis der Presseverlage zu Google	56
5. Medienstaatsvertrag	58
6. Online-Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	60
7. Datenschutz / ePrivacyVO und TMG /Datenschutzrechtlicher Streit um das Webtracking	61
8. German Publisher Data Alliance (GPDA)	64
9. Reduzierte Mehrwertsteuer auf digitale Produkte	65
10. Bundesratsinitiative des Landes NRW: Änderung der Abgabenordnung zwecks Anerkennung der Gemeinnützigkeit von Journalismus	66

V. Aus- und Weiterbildung

1. Seminarangebot für Verlagsmitarbeiter	71
2. advise – Akademie	71
3. Medienkaufmännische Berufsausbildung / Seminarangebote	71

VI. JBB – Journalistische Berufsbildung

1. Ausbildungs- und Seminararbeit 2019	77
2. Umfrage zur Volontärsausbildung 2019 / 2020	77
3. Seminare für Volontäre und Redakteure 2019	78
4. Vorläufige Ergebnisse der Umfrage 2019/2020 zum Bildungsangebot der Journalistischen Berufsbildung im Südwestdeutschen Zeitungsverlegerverband	78
5. Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB	78
6. VSZV-Vertreter des JBB-Vorstandes	79
7. DJV-Vertreter des JBB-Vorstandes	79
8. JBB-Beirat aus VSZV- und DJV-Vertretern	79
9. Seminarprogramm 2020	79

VII. Landespresseball, Kongresse

1. Landespresseball 2019	83
--------------------------	----

VIII. Gremien und Ehrenämter	85
IX. Wir betrauern	97
X. Wir gratulierten	101
XI. Daten zur Tagespresse	105



I. STRUKTUR UND WIRTSCHAFTLICHE LAGE DER PRESSE IN BADEN- WÜRTTEMBERG



1. Die wirtschaftliche Lage in Baden-Württemberg

Nachdem das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) im 2. Quartal 2019 erstmals seit sechs Jahren unter dem Vorjahresniveau lag, setzte im 3. Quartal 2019 eine Gegenbewegung ein. Wie das Statistische Landesamt mitteilt, stieg die reale Wirtschaftsleistung ersten Berechnungen zufolge im 3. Quartal 2019 um 1,4 % gegenüber dem Vorjahresquartal. Im Jahresverlauf bleibt die Konjunkturdynamik jedoch schwach ausgeprägt. Der Konjunkturindikator signalisiert zum Jahresbeginn 2020 eine leichte Stabilisierung.

Die schwache Industriekonjunktur bremste den Stellenzuwachs im 3. Quartal 2019. Um 1,5 % stieg die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung gegenüber dem Vorjahr. Überproportional erhöhte sich die Beschäftigung im Dienstleistungsbereich. Hier verzeichneten der Bereich Information und Kommunikation mit 5,2 % sowie das Gesundheitswesen mit 2,4 % besonders hohe Zuwächse.

Die Arbeitslosenquote erhöhte sich leicht und lag im September 2019 bei 3,2 %. Die schwache Wachstumsdynamik schlägt sich in der Zahl der gemeldeten Arbeitsstellen nieder. Zwar lag diese im September noch über der Marke von 100.000, schrumpfte jedoch um 7,6 % zum Vorjahresmonat. Der Anstieg der Verbraucherpreise verlangsamte sich im 3. Quartal 2019 auf 1,5 %. (Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, Pressemitteilung Januar 2020).

Die Anzeigenumfangsstatistik der ZMG, die auf den monatlichen Erhebungen der VSZV-Geschäftsstelle basiert, weist für Baden-Württemberg im Jahr 2019 eine Abnahme von insgesamt 4,7 % aus. Auf Bundesebene weisen die Anzeigenumfänge ein Minus von insgesamt 5,7 % im Vergleich zu Vorjahr aus.

2. Auflagenstatistik

Verkaufte Auflage der lokalen/regionalen Abonnementzeitungen im 4. Quartal 2019 –

Auflagenstatistik der ZMG (Angaben: in Tausend):

		in % zu 4. Quartal 2018
Bremen	174,79	-4,78
Hamburg	157,02	-7,39
Niedersachsen	1.163,56	-2,99
Schleswig-Holstein	344,42	-2,95
Nielsen I	1.839,79	-3,54
Nordrhein-Westfalen	2.106,15	-4,59
Nielsen II	2.106,15	-4,59
Hessen	691,55	-1,96
Rheinland-Pfalz+	715,64	-2,65
Saarland		
Nielsen IIIa	1.407,19	-2,32
Baden-Württemberg	1.661,68	-2,41
Nielsen IIIb	1.661,68	-2,41
Bayern	1.655,90	-3,45
Nielsen IV	1.655,90	-3,45
Berlin	272,48	-4,98
Nielsen V	272,48	-4,98
Brandenburg	238,21	-5,29
Mecklenburg-Vorpommern	247,85	-4,65
Sachsen-Anhalt	299,34	-4,38
Nielsen VI	785,40	-4,74
Sachsen	560,53	-4,26
Thüringen	271,10	-6,27
Nielsen VII	831,63	-4,92

Quelle: ZMG

3. Reichweiten

Acht von zehn Deutschen lesen Zeitung

Mit ihren Print- und Digitalausgaben erreichen die Zeitungen wöchentlich 56,1 Mio. Menschen. Egal ob Papier oder Pixel: Zeitungen sind immer stärker ein sowohl gedruckt als auch digital genutztes Produkt. Ihre Gesamtreichweite aus Print und Digital beträgt 79,4 %. Damit lesen in Deutschland 56,1 Mio. Personen ab 14 Jahren mindestens wöchentlich Zeitung.

Während die Printtitel mit jeder Ausgabe 58,1 % bzw. 41 Mio. Leser erreichen, nutzen 49,6 % (35,1 Mio.) mindestens einmal wöchentlich ein digitales Zeitungsangebot. Netto, also ohne Berücksichtigung der Doppelnutzer, erreichen die Zeitungsmarken damit fast 80 % der Bevölkerung.

„Die hohe Gesamtreichweite der Zeitungen zeigt : Sie werden in allen Zielgruppen als verlässliche Informationsquelle geschätzt und genutzt. Ob auf Papier, am Laptop oder via Smartphone ist letztlich nur eine Frage der persönlichen Präferenz. Die Zeitungsmarken sind überall präsent“, so BDZV-Geschäftsführerin Katrin Tischer.

Die Netto-Reichweite pro Monat liegt mit 87,6 % noch höher (Print: Nutzer pro Ausgabe / Digital: Nutzer pro Monat). Täglich erreichen die Zeitungsmarken bereits gut zwei Drittel der über 14-Jährigen (67,8 %).

Vor allem in der jungen Leserschaft steigern die Zeitungen mit ihren Digitalangeboten die Reichweite: Sie erreichen insgesamt 68,1 % der 14- bis 29-Jährigen, das bedeutet 4,8 Mio. zusätzliche Leser gegenüber der reinen Printreichweite – eine Zunahme um 96 %.

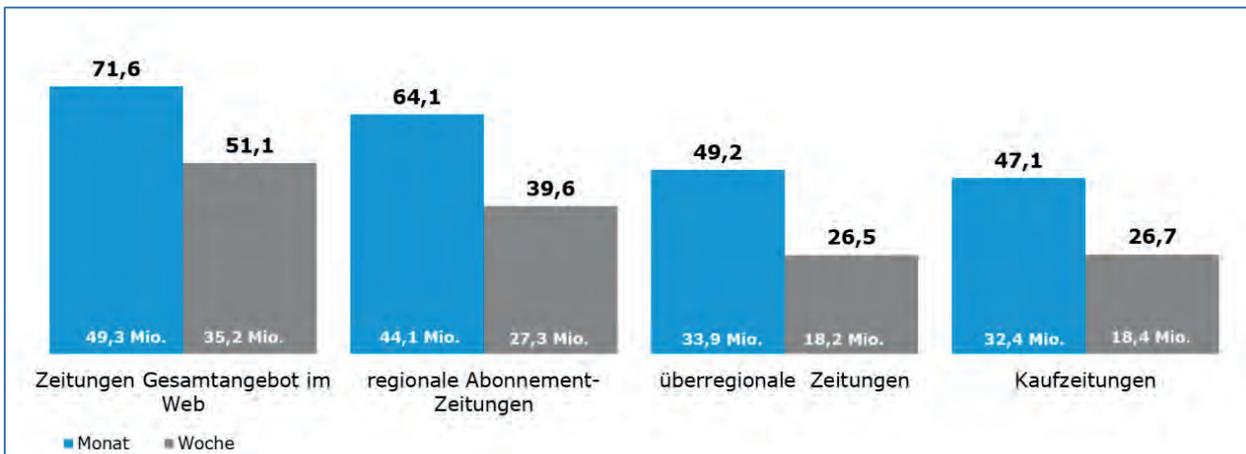
Für die Berechnung der Netto-Reichweite zählt die ZMG jeden Leser nur einmal, egal wie oft oder über welchen Kanal er die Zeitung nutzt. Tatsächlich kombinieren viele Leser inzwischen die gedruckte mit der digitalen Lektüre: Bundesweit haben die ausgewerteten Zeitungen 36 % Nutzer, die jede Woche sowohl eine gedruckte als auch eine Digitalausgabe lesen.

27 % lesen ausschließlich digital, 38 % nur gedruckt. Für die b4p-Studie 2019 wurden insgesamt 30.178 Personen befragt. Sie ist repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren (Quelle: BDZV).

Digitale Reichweiten

49,3 Mio. Zeitungsleser verzeichnen die deutschen Zeitungen im durchschnittlichen Monat auf ihren digitalen Angeboten. Das sind 71,6 % der deutschsprachigen Bevölkerung ab 16 Jahren (insg. 69 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 Dezember 2019 bis Februar 2020 erreichen die Portale der regionalen Abonnement-Zeitungen 44,1 Mio. Unique User. Damit liegt diese Gattung vor den überregionalen Zeitungen mit 33,9 Mio. und den Kaufzeitungen mit 32,4 Mio. Unique Usern.

Reichweite der digitalen Zeitungsangebote Unique User (% und Mio.) im Durchschnitt Monat/Woche



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren (68,86 Mio. Personen)

Quelle: AGOF digital facts Dezember 2019 bis Februar 2020 (Ø Monat, Woche)

Sowohl in der Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen, die mit 83,6 % die größte Reichweite erzielt, als auch die Gruppe der 16- bis 29-Jährigen, die mit 82,7 % dahinter liegt, erreichen die digitalen Zeitungsseiten überdurchschnittlich.

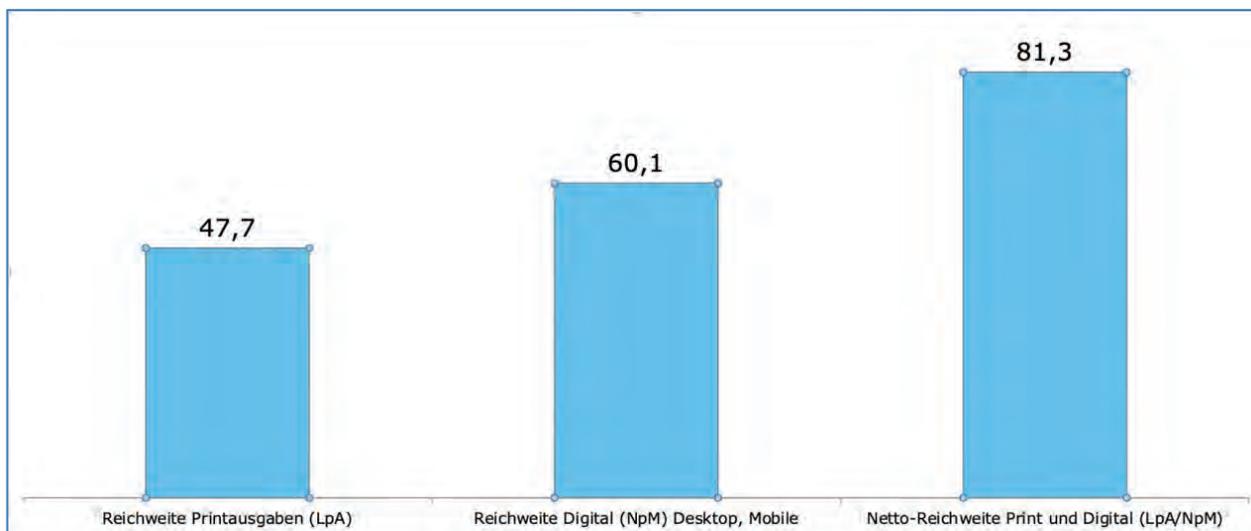
Die Reichweite bei den über 50-Jährigen liegt bei 72,6 %. Ein Blick auf die Löhne zeigt, dass auch digital die Zielgruppe mit einem Haushalts-Nettoeinkommen von über 2.500 Euro zu den überdurchschnittlich starken Zeitungslesern gehört (78,9 %). Mehr Männer (25,2 Mio.) als Frauen (24,2 Mio.) steuern die Seiten der Zeitungen an.

Reichweiten Baden-Württemberg

Auf Landesebene ist für die regionalen Abonnementzeitungen im Berichtsjahr eine Nettoreichweite für Print und Online von 81,3 % zu verzeichnen. Mit der Nettoreichweite aus Print und Digital (Desktop, Mobile) gewinnt die Liste regionaler Abozeitungen in Baden-Württemberg gegenüber der Printreichweite 33,6 Prozentpunkte. Dies sind 3,1 Mio. zusätzliche Nutzer.

Mit der Nettoreichweite Print und Online gewinnt die Liste regionaler Abozeitungen vor allem bei den Jugendlichen. Die Zunahme von über 346 % bedeuten 1,0 Mio. zusätzliche Leser in der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre.

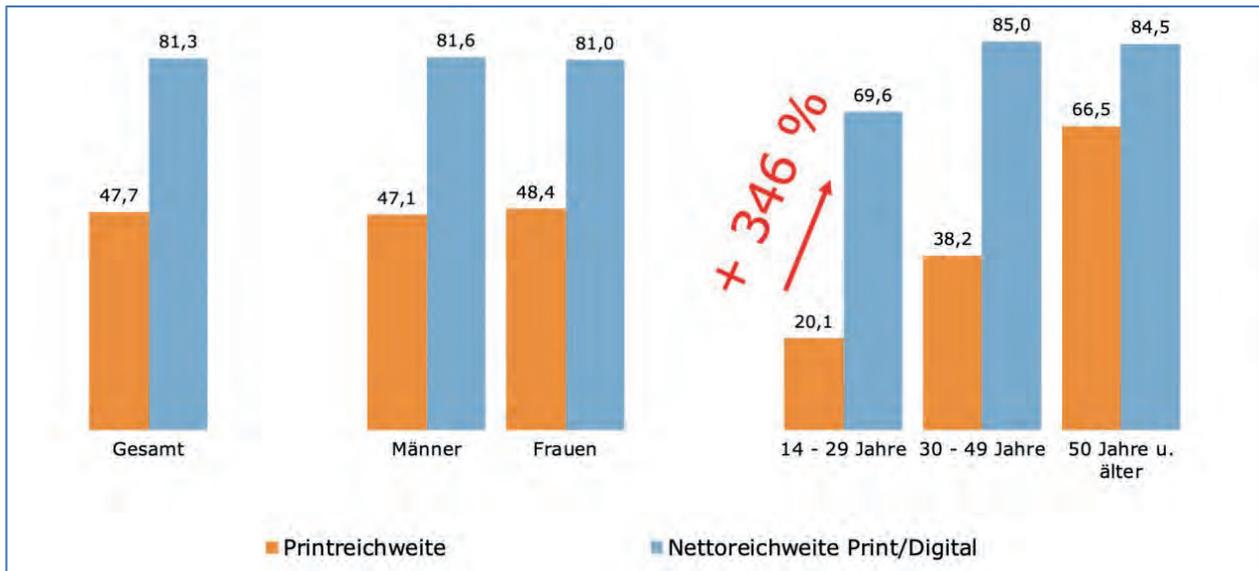
Nettoreichweiten Print, Digital in Baden-Württemberg: Regionale Abozeitungen



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Baden-Württemberg (9,3 Mio. Personen)

Quelle: b4p 2019 II, Angaben: in %

Nettoreichweiten Print, Digital in Baden-Württemberg: Regionale Abzeitzungen



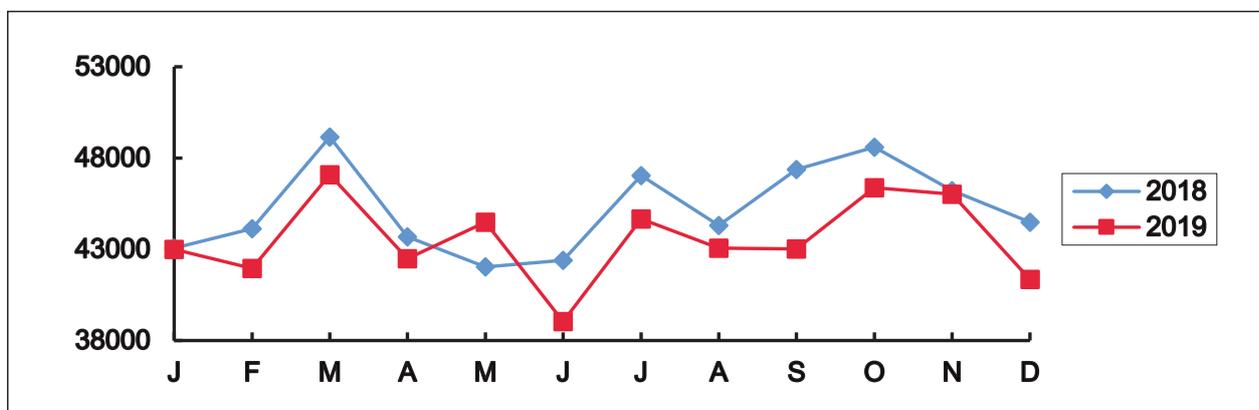
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Baden-Württemberg (9,3 Mio. Personen)

Quelle: b4p 2019 III, Angaben: in %

4. Anzeigenumfänge

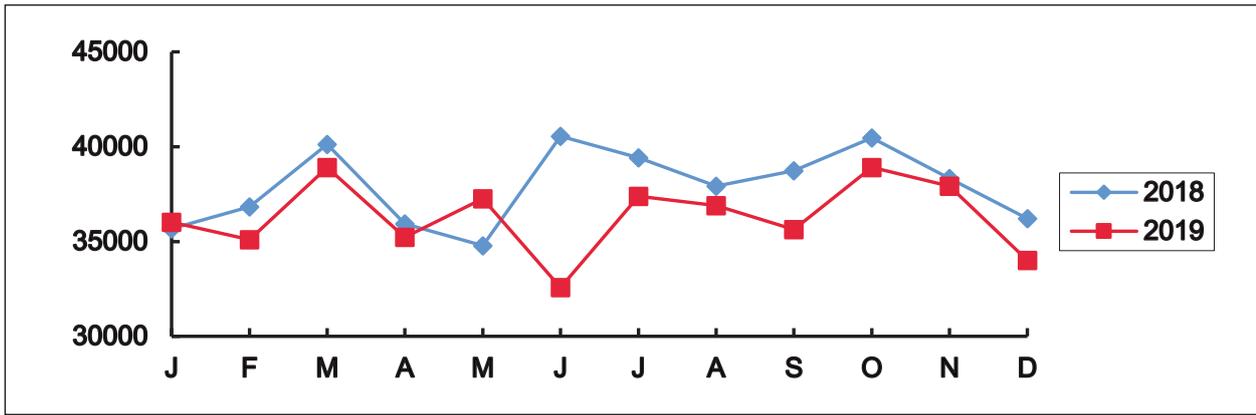
Die nachfolgenden Tabellen geben Auskunft über die Entwicklung der Bruttogesamtumfänge und der Beilagen in Baden-Württemberg. Im Jahresdurchschnitt sanken die Bruttogesamtumfänge im Jahr 2019 im Vergleich zum Jahr 2018 um 2,3 %, die Textseiten um 2,7 % und die Bruttoanzeigen um 3,2 %. Die Zahl der Prospektbeilagen sank um 10,4 %.

Bruttogesamtumfang (Seiten)



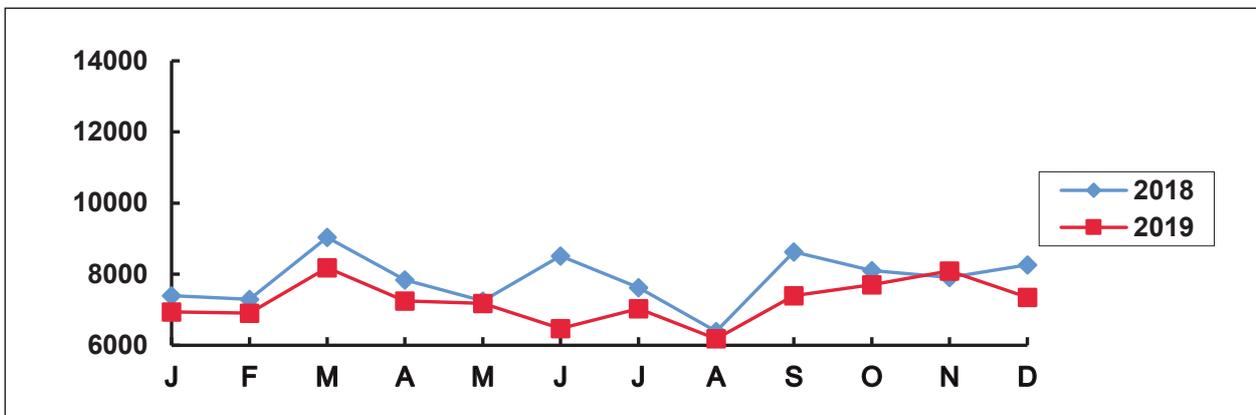
1. Bruttogesamtumfang 2019: -2,3 % (Bund: -2,6 %)

Textseiten



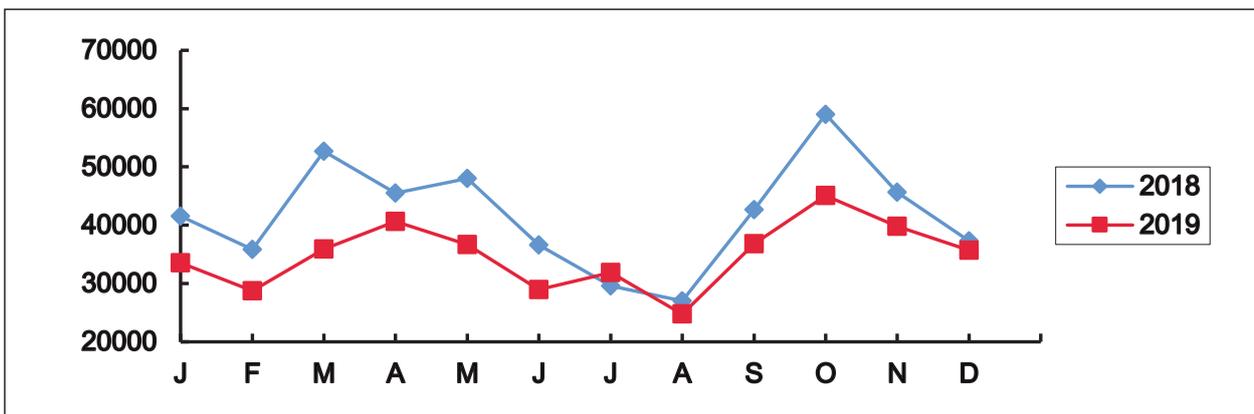
2. Textseiten 2019: -2,7 % (Bund: -1,8 %)

Bruttoanzeigen (Seiten)



3. Bruttoanzeigen 2019: -3,2 % (Bund: -5,8 %)

Beilagenexemplare



4. Beilagen 2019: -10,4 % (Bund: -9,9 %)

II. ARBEIT DER VERBANDSGREMIEN



1. VSZV/VBZV-Jahrestagung/Mitgliederversammlung 2019

Am 17. Mai fand die 66. VSZV-Mitgliederversammlung in Bad Mergentheim statt. Es nahmen 54 Personen teil.

Im Mittelpunkt der VSZV-Mitgliederversammlung stand die Erörterung verschiedener medienpolitischer Fragen durch den Vorsitzenden Valdo Lehari jr.

1.1. Bericht des Vorsitzenden

Für das im ersten Quartal des Jahres von der Politik auf europäischer Ebene verabschiedete Leistungsschutzrecht der Verleger habe man acht Jahre intensive Arbeit investieren müssen, vielfach sei es auf der Kippe gestanden. Bedauerlicherweise müsse man feststellen, dass die Bemühungen der Verleger von der Bundesregierung, gerade in der Abschlussphase nicht immer, durchgehend unterstützt worden. Erst in letzter Minute sei es gelungen, dem Verlegerrecht zu seinem Durchbruch zu verhelfen und dies letztendlich erst mit Hilfe Frankreichs. Die Bundesregierung habe nun etwa zwei Jahre Zeit, die europäischen Verordnungsvorgaben in Bundesrecht umzusetzen. Dabei gebe es durchaus auch Regelungsspielräume, um die Befürchtungen der Reformgegner, was insbesondere die sog. Upload-filter angehe, zu entschärfen. Niemand, vor allem auch nicht die Zeitungsverleger, wollten, dass schleichend „Zensurmechanismen des Internets“ über die „Hintertür des Urheberrechts“ installiert würden. Klar sei aber auch, dass eine Verwässerung der EU-Reform nicht zulassen werden könne. Herr Lehari dankte an dieser Stelle EU-Kommissar Günther Oettinger, der in seiner Zeit als Kom-

missar für Digitale Gesellschaft und Wirtschaft zum einen sehr viel für das Copyright, aber auch für den „Google-Fall“, letzteres zusammen mit dem früheren EU-Kommissar für Binnenmarkt und Dienstleistungen, Michel Barnier, erreicht habe.

Mit der zu erwartenden Gesetzeskorrektur erhoffen sich die Zeitungverleger, dass sie auch wieder anteilig an den VG-Wort-Einnahmen partizipieren könnten, was nach der Entscheidung des BGH vom 21. April 2016, Az. ZR 198/13 (dem sog., nach dem Kläger benannten „Vogel-Urteil“) nicht mehr möglich gewesen sei.

Die Umsetzung der Änderung des Mehrwertsteuersatzes für digitale Zeitungsprodukte habe die Verlage intensiv beschäftigt. Erforderlich sei es, dass der reduzierte Mehrwertsteuersatz auf alle digitalen Produkte ausgedehnt werde. Das sei auch notwendig, um die Zukunft der Zeitung auf dem Wege in die digitale Transformation zu sichern, dies gemessen an der konstituierenden Bedeutung des Mediums für Bestand und Funktionsfähigkeit der Demokratie.

Eines der zentralen Themen sei auf politischer Ebene unverändert die Sicherung des flächendeckenden Zeitungsvertriebes. Hier gebe es vielfältige Ansätze, die weit jenseits einer bloßen Subventionierung von Zeitungsverlagen angesiedelt seien, die die Branche allein schon aus Gründen der Bewahrung ihrer Unabhängigkeit so fordere.

Die Auseinandersetzung mit ARD und ZDF über den Telemedienauftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstal-



ten habe mittlerweile in eine Vereinbarung gemündet und werde in den neuen Rundfunkstaatsvertrag einfließen, eine Schlichtungsstelle zur Regelung von Auseinandersetzungen sei geplant. Grundsätzlich solle es keine textlastigen presseähnlichen Angebote durch die gebührenfinanzierten Anstalten geben.

Der medienpolitische „Runde Tisch Medienzukunft Baden-Württemberg“ sei ab April 2018 über mehrere Monate mit 10 Einzelsitzungen abgehalten worden. Man habe bei der Landesregierung um eine zeitnahe Umsetzung der gewonnenen Erkenntnisse nachgesucht. Diese beabsichtige, die Themen systematisch abzuarbeiten. Ein erstes Signal sei Anfang des Jahres aus dem Staatsministerium in Sachen „Medienkompetenzschulung“ gekommen. Im Zuge des Projektes „Kindermedienland Baden-Württemberg“ habe die Landesregierung Mittel von ca. 1 Mio. € pro Haushaltsjahr für das Thema Zeitungsmedien für die kommenden 2 Jahre einstellen lassen. Ein weiteres Signal sei ein neuer medienpolitischer Kongress im November.

Unverändert begleiteten die Rechtsfragen rund um die Art und Weise gemeindlicher Publikationstätigkeit die Zeitungsbranche. Nach dem für die Zeitungsverlage günstigen Urteil des BGH im Verfahren der SWP gegen das Stadtblatt Crailsheim im Dezember 2018 werde sich allerdings erst noch herausstellen müssen, ob die im Urteil verankerten Grundsätze künftig von den verantwortlichen Städten und Gemeinden adäquat beachtet würden. Weitere Rechtsstreitigkeiten diesbezüglich seien nicht auszuschließen. Das habe auch besondere Relevanz für die Bewertung von elektronischen Aktivitäten der Kommunen und deren Eigenregiebetriebe.

1.2. Gegenstand der Sitzung waren auch die Berichte der Vorsitzenden der Fachausschüsse:

1.2.1. Dr. Kurt Sabathil, Schwäbische Zeitung, berichtete über die Arbeit des Anzeigenausschusses und dessen Unterarbeitsgruppen. Zuvor ging er auf die allgemeine Situation der Branche ein:

Zeitungen könnten lediglich das verkaufen, was deren Leistungswerte verkörpern. Dabei spielten die Auflagenzahlen eine sehr große Rolle, die allerdings weiterhin rückläufig seien. Man könne nun einen Blick auf die skandinavischen Länder werfen, welche schon im Jahre 2013-2015 mit Auflagenrückgängen im zweistelligen Bereich zu kämpfen hatten und schließlich den „Turnaround“ geschafft hätten, in dem man „im digitalen ordentlich Gas gegeben habe“ mit dem Ergebnis, dass dort Print und Digital ordentlich steige. Das sollte Hoffnung geben, dass dies hier zu Lande ebenfalls zu schaffen sei. Wenn man aber die Entwicklung nicht verändere, werde man ebenfalls Probleme im Anzeigengeschäft bekommen.

Er ging auf die Entwicklung des Anzeigengeschäftes im Jahre 2018 ein. Nach zwei etwas besseren Jahren 2016/2017 habe sich Mitte des Jahres 2018 die Entwicklung eingetrübt, gerade das letzte Quartal 2018 sei wenig erfreulich gewesen. Der Stellenmarkt lasse sich als einer der Bereiche feststellen, in denen die Entwicklung einigermaßen besser gewesen als im Norden Deutschlands. Aber an der VSZV-Umsatzmeldung/Benchmarking an der/dem allerdings lediglich 17 VSZV-Verlage teilnehmen würden, könne man letztendlich doch ablesen, dass die Umsätze im Stellenmarktbereich offensichtlich nur weniger stark (-0,6)



Valdo Lehari jr.



Dr. Kurt Sabathil

abgesunken seien. Er ging auf andere Teilbereiche ein: Im Kfz-Bereich sehe er erratische Ausschläge auf niedrigstem Niveau: „Dort könne manchmal schon eine Seitenschaltung das Gesamtbild verändern“.

Aktuellere Zahlen für das Jahr 2019 lägen zum Zeitpunkt der Mitgliederversammlung nur unvollständig vor, aus der bisherigen Entwicklung des Zeitraums Januar bis Februar 2019 werde ersichtlich, dass das Minus zugenommen habe. Von großer Bedeutung seien die Positionen Stellenmarkt und lokale Geschäftsanzeigen. Wenn sich dort ein Minus ergebe, sei zu befürchten, dass sich auch der Gesamtumsatz ins Minus entwickle.

Es schloss sich der Bericht der Arbeit der Arbeitsgruppen (AGs) des Anzeigenausschusses an. Die Arbeitsgruppe Familienanzeigen habe sich insbesondere mit dem Thema Trauerportale befasst. Die AG habe geprüft, ob ein gemeinsames Trauerportal aller VSZV Verlage sinnvoll sei und wie das ggf. umzusetzen sei. Man habe die Vor- und Nachteile abgewogen und sei zu dem Ergebnis gekommen, kein gemeinsames Trauer-/Gedenk-Portal zu empfehlen. Es komme bei dem Trauerportalen nicht auf die Masse der Anzeigen an, es handle sich um stark lokal geprägte Ereignisse, wichtig sei, dass die Menschen vor Ort eine Gelegenheit hätten, den Austausch zwischen Trauernden/Leidensgenossen zu betreiben. Auch in sozialen Medien gebe es solche Portale, wie bspw. auf Facebook.

Eine weitere Arbeitsgruppe „Produktentwicklung“ erstelle Konzepte für gut funktionierende Kampagnen.

Er berichtete über die Arbeit der „advise - Akademie für Medienberatung“, dem VSZV-Ausbildungsangebot für Medienberater, das mittlerweile das vierte Jahr angeboten werde. Das Angebot sei gut angenommen und gebucht worden, ca. 12 TN pro Lehrgang. Die Trägerschaft des Lehrgangs sei in die VSZV-Service GmbH ausgegliedert worden.

Zur Arbeitsgruppe Benchmark/Kennzahlenvergleich berichtete er, dass sich das Instrument des Kennzahlenvergleichs als deswegen so nützlich erwiesen habe, da dadurch ein Mitgliedsunternehmen besser einschätzen könne, wo es gegenüber vergleichbaren Unternehmen stehe. Daraus könne man ableiten, wo konkret Handlungsbedarf bestehe.

1.2.2. Vertriebsausschuss

Wolfgang Poppen, Vorsitzender des Vertriebsausschusses, berichtete über die Arbeit des Vertriebsausschusses. Er ging zuerst auf die Entwicklung der

Zeitungen allgemein ein. Die Digitalisierung ermögliche dank „big data“ neue Wege, um Nachrichten und Werbebotschaften zu transportieren - und diese an Zielgruppen auszuliefern, die nun noch individueller und bedarfsgerechter angesteuert werden könnten.

Die Entwicklung bei den e-Paper-Auflagen habe sich erfreulich entwickelt: Insgesamt seien im Berichtsjahr mehr als 1,5 Mio e-Zeitungen im Umlauf. Dies entspräche einer Zunahme von über 200.000 ePapers in absoluten Zahlen bzw. einem prozentualen Anstieg von 15 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. In diesen E-Paper-Auflagen enthalten seien fast 920.000 lokale und regionale Abonnementzeitungen, die im 4. Quartal 2018 deutschlandweit erneut ein deutliches Plus von 19 Prozent im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen könnten.

Diese Zahlen zeigten: Immer mehr Menschen lesen online. Immer mehr Menschen in Deutschland wären bereit, für digitalen Content zu bezahlen. Aus diesem Grund sollte verstärkt die jüngere Leserschaft ins Visier genommen werden und diese Zielgruppe mit den Produkten der Verlage intensiv angesprochen werden. Jüngere Zielgruppen seien es auch mittlerweile gewohnt, mit Bezahlinhalten konfrontiert zu werden. Es sei diesen Zielgruppen auch durchaus bewusst, dass guter Journalismus gerade nicht kostenlos sei.

Trotz dieser positiven Entwicklung im digitalen Bereich habe sich die beunruhigenden Entwicklungen im Printgeschäft nach wie vor fortgesetzt: Im vergangenen Jahr hätten die deutschen Zeitungsverlage zum wiederholten Male insgesamt an Auflage verloren. Im 4. Quartal des Jahres 2018 seien täglich durchschnittlich 17 Millionen Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen verkauft worden. Im Ver-



Wolfgang Poppen

gleich zum entsprechenden Vorjahresquartal bedeutet dies für die verkaufte Auflage aller Zeitungen einen Rückgang um 3,7 %. Die verkaufte Auflage der lokalen und regionalen Abonnementzeitungen sei bundesweit um 3 % zurückgegangen. Auch in Baden-Württemberg hätten die Zeitungen an Auflage verloren: Im letzten Quartal 2018 seien knapp 2,7 % Exemplare weniger verkauft worden. Somit sei der Rückgang zwar wieder etwas schwächer ausgefallen als im Bundesdurchschnitt; der Auflagschwund in Baden-Württemberg halte dennoch weiter an.

Die baden-württembergischen Zeitungsverlage arbeiteten daher unermüdlich an der Entwicklung innovativer Paid Content - Produkte weiter und investierten verstärkt in diesen Bereich, um gerade auch die jüngere Leserschaft abzuholen.

Unabhängig davon verwies er darauf, dass in der Branche erhebliche Restrukturierungs-, aber auch Einsparprozesse notwendig seien: Besonders hob er die entstandene Schiefelage bei der Zeitungszustellung hervor: Die flächendeckende Zustellung sei wegen steigender Lohnkosten zukünftig wirtschaftlich nicht mehr tragbar. Die jährlichen Kosten für die Zustellung (allein für die Zeitungen) seien im Jahr 2018, im Vergleich zu 2014, um 300 Millionen Euro angestiegen. Dies entspreche einer Zunahme von 30 %. Weitere Kostensteigerungen, wie höhere Papierkosten seien in der kommenden Zeit zu erwarten. Abhilfe sei zwar im Koalitionsvertrag der Großen Koalition vorgesehen gewesen. Die Differenz sollte aus Bundesmitteln beglichen werden, so Arbeitsminister Hubertus Heil (SPD). Umgesetzt worden sei das Gesetzesvorhaben aber zum Zeitpunkt der Versammlung nicht. Aus diesem Grund befänden sich die Verlegerverbände inzwischen mit dem Ministerium



Thomas Brackvogel

in Verhandlungen über einen direkten Zuschuss pro zugestellter Zeitung. Er forderte, dass diese systemrelevante Infrastruktur auch künftig flächendeckend erhalten werden müsse, um weiterhin die breite Bevölkerung mit der gewünschten Zeitung versorgen zu können. Die Zeitungen seien relevant für die Willensbildung in der Demokratie und stünden für unabhängigen und verantwortlichen Journalismus, der sich selbst hohe Qualitätsstandards gesetzt habe. Die Anstrengungen der Verlagshäuser in Baden-Württemberg im Bereich der Zustellung seien deswegen auch verstärkt worden: Im Bereich Logistik finde ein konstruktiver Erfahrungsaustausch zur Akquise zuverlässiger und leistungsbereiter Zeitungszusteller statt, man beschäftigte sich zunehmend mit dem Einsatz von E-Betriebsmitteln.

Er berichtete über Schwerpunkte der Arbeit im **VSZV-Vertriebsausschuss**. Die erste Sitzung sei dem Themenschwerpunkt „Lesermarkt“ gewidmet gewesen: Man habe unter anderem Konzept und Umsetzung des Portals „fudder.de“ der Badischen Zeitung analysiert und sich darüber hinaus mit personalisierbaren, preiswerten und an den Nutzerinteressen ausgerichteten weiteren Themenangeboten spezifischer, lokaler Themenkomplexe durch andere Zeitungen befasst. In einer weiteren Sitzung sei es um das Thema „Logistik“ gegangen, man habe sich dort mit der Zustellerkampagne des Südkurier befasst, die durch einen innovativen CRM-Ansatz flankiert worden sei.

Weiter habe man innerhalb des VSZV-Vertriebsausschusses eine neue Arbeitsgruppe gegründet, deren Ziel es sei, Kennzahlen für ein Benchmarking im Bereich der Logistik zu entwickeln und auf diese Weise Ansatzpunkte zur Optimierung der Logistikorganisationen zu finden. Eine erste Kennzahlenabfrage habe im Sommer 2018 stattgefunden, etwa 20 % der VSZV-Mitgliedsverlage hätten sich an der Abfrage beteiligt.

Der Freiburger Logistikkreis habe mit den Maßnahmen befasst, die getroffen werden müssten, um Zusteller zu akquirieren und diese langfristig an den Verlag zu binden.

1.2.3. Ausschuss Digitale Medien

Thomas Brackvogel, Vorsitzender des Ausschusses Digitale Medien berichtete über die Arbeit des Gremiums.

Er ging auf die die Entwicklung der Online-Angebote der Zeitungen in Deutschland ein. Unter den TOP 50 der Nachrichtenangebote fände sich auf Platz 22 erstmalig ein baden-württembergischer Verlag, die Stuttgarter Zeitung online & Stuttgarter Nachrichten online, danach folgten auf

Platz 39 die Badische Zeitung und auf Platz 44 das Angebot der SWP und auf Platz 48 das der Schwäbisch Media. Aus den Erfahrungen der Ausschussarbeit könne man feststellen, dass alle im Ausschuss vertretenen Verlage ein großes Augenmerk auf die Themen „Paid Content“, „Technik“ und „Neue Geschäftsmodelle“ gelegt hätten. Das Sonderthema „DS GVO“ habe mit einer eigenen Arbeitsgruppe breiten Raum eingenommen und die Teilnehmer betrachteten den Austausch grundsätzlich als nützlich. Allerdings zeige sich bedauerlicherweise, dass man kaum zu gemeinsamen Projekten komme. Gerade letzteres sei aber immens wichtig, um die Schlagkraft der Branche insgesamt zu stärken, diese könne u.a. durch Schaffung gemeinsamer Standards geschehen. Er appellierte an die Mitgliedsunternehmen, den Austausch in den Gremien stärker zu nutzen, da aus seiner Sicht die verlagsübergreifenden Strategiethemata gestärkt werden müssen. Hierzu sei es erforderlich, den Austausch nicht nur mit den BDZV-Gremien zu verstärken, sondern auch die beiden anderen Fachausschüsse des VSZV, den Anzeigen- wie den Vertriebsausschuss stärker in die Arbeit des Fachausschusses Digitale Medien einzubinden.

Was die Arbeit des Fachausschusses Digitale Medien anging hätten zwischen 2017 und 2019 insgesamt 10 Sitzungen stattgefunden. Zusätzlich hätten weitere Arbeitsgruppen themenbezogene Inhalte bearbeitet. **Unter Leitung von Martin Wilhelm gebe es seit Juli 2017 eine eigene „Arbeitsgruppe Datenschutzgrundverordnung“ (AG DS GVO),** die sich sowohl mit datenschutzrechtlichen Einzelfragen als auch mit dem Aufbau einer „Wissensdatenbank Datenschutz“ für die Verbandsmitglieder befasse.

Auch versuche der Fachausschuss durch Wahrnehmung externer Termine und durch Exkursionen den Blickwinkel für wichtige Branchenentwicklung zu erweitern.



Martin Wilhelm

Eine Exkursion sei nach Berlin (2. bis 3. Mai 2018) erfolgt, wo man sich mit sowohl mit der Frage, wie Start-ups arbeiteten als auch mit einzelnen Projekten auseinandergesetzt habe, sich mit den Nutzungsmöglichkeiten von Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR) für Verlage beschäftigt habe, mit der Google News Initiative sowie dem Microsoft Newsroom Projekt und der Arbeit von Journalisten in der Hauptstadt in der Berliner Redaktionsgesellschaft.

Eine weitere Exkursion nach Tel Aviv habe die Mitglieder des Fachausschusses in das Land, in dem die meisten Start Ups der Welt gegründet würden, geführt. Die besuchten Unternehmen dort seien unter anderem im Bereich Content-Personalisierung, Übersetzung von Medieninhalten und Vertical Websites (Webseiten mit Nischeninteressen) tätig.

Herr Brackvogel gab des weiteren bekannt, dass er zum heutigen Tage der Mitgliederversammlung den Vorsitz des Fachausschusses Digitale Medien in die Hände von Martin Wilhelm, Heidenheimer Zeitung, lege und bat die Anwesenden darum, Herrn Wilhelm dasselbe Vertrauen auszusprechen, das ihm entgegengebracht worden sei.

Er werde sich ebenfalls aus dem VSZV-Vorstand zurückziehen und bedanke sich für die konstruktive Zusammenarbeit bei dem Verbandsvorsitzenden Valdo Lehari jr. und seinen Vorstandskollegen als auch bei den Mitarbeitern der Geschäftsstelle. Vor allem danke er den Mitgliedsunternehmen für das entgegengebrachte Vertrauen. Wenn er rückschauend auf die vergangene Jahre die Frage beantworten sollte, ob sich die ganze Arbeit gelohnt habe, könne er antworten „Im Prinzip ja“. Er forderte die Mitglieder auf, ihr Engagement im Verband zugunsten der Branche noch weiter zu stärken.

1.2.4. Tilmann Distelbarth, Heilbronner Stimme, zuständiges Vorstandsmitglied für die Sozial- und Tarifpolitik des Verbandes, berichtete über die Tarifentwicklungen im Bereich Redakteure und Verlagsangestellte.

In Rückschau auf das letzte Jahr, so Tilmann Distelbarth, sei er, was die **GTV-Verhandlungen für die Redakteure/Redakteurinnen an Tageszeitungen** angehe, ursprünglich der Hoffnung gewesen, den GTV für Redakteure/Redakteurinnen an Tageszeitungen zeitnah abschließen zu können, was sich nicht erfüllt habe.

Der Tarifabschluss sei nur mit dem DJV zustande gekommen. 7 Verhandlungsrunden habe es gegeben, es habe viele Warnstreiks gegeben. Baden-Württemberg habe mal wieder die Hauptlast getragen, besonders stark betrof-

fen seien Stuttgart und Heilbronn gewesen mit jeweils 20 Streiktagen sowie Ulm und Mannheim mit jeweils 19 Tagen. Im Schnitt seien das knapp 10 Streiktage gewesen mit einer durchschnittlichen Streikquote von 48 %.

In den Tarifverhandlungen habe man für die Alltagspraxis im Verlag wichtiges Element verankert, nämlich eine berufliche Qualifizierungsmaßnahme anstelle eines „automatischen Aufstiegsmechanismus“. Das sei äußerst schwierig zu verhandeln gewesen, er appellierte an die tarifgebundenen Verlage, dieses in den Unternehmen auch entsprechend umzusetzen: Zuerst sei es eine Verpflichtung des Verlages, eine Qualifizierungsmaßnahme für Redakteure anzubieten, bevor diese in die nächste Gehalts-Berufsjahresstaffel aufstiegen und zweitens müsse der Redakteur diese auch wahrnehmen. Wenn ein Redaktionsmitarbeiter dies nicht wahrnehme, bestehe auch keine Verpflichtung, ihn höher zu gruppieren.

Die Schwierigkeit dieses Abschlusses liege darin, dass sich der Tarifpartner ver.di dem Abschluss verweigert habe, es sei rein ein Abschluss mit dem DJV geworden. Diese Konstellation sei neu. Wie gehe man damit um? Wie sei ein solcher Tarifabschluss umzusetzen? Woher könne man letztendlich wissen, wer in welcher Gewerkschaft organisiert sei? Dürfe man in dieser besonderen Konstellation gar nach der Gewerkschaftszugehörigkeit fragen? Bedeute das gar, dass man drei Gruppen von Redakteuren DJV-angehörig, ver.di-angehörig, nicht-gewerkschaftsangehörig ungleich behandeln müsse? Am Schluss sei das natürlich eine unternehmerische Entscheidung, aber nach bisheriger Kenntnis hätten sich jedoch alle Mitglieder an die Empfehlung des sozialpolitischen Ausschusses gehalten, die mit dem DJV vereinbarte Tariflohnerhöhung zu bezahlen.



Tilmann Distelbarth

In der Folgezeit sei es zu keinen weiteren Verhandlungen mit der Gewerkschaft ver.di gekommen. Im kommenden Jahr 2020 stelle sich die Frage, ob ver.di wieder an Verhandlungen teilnehme, wenn formal im September 2020 die nächste Verhandlungsrunde für Redakteure beginne. Darüber hinaus: Sitze ver.di mit am Tisch, wenn man Verhandlungen über die Reform des Manteltarifvertrages beginne oder verhandle man dann mit ver.di separat? Bilde ver.di ggf. wieder eine Verhandlungsgemeinschaft mit dem DJV oder kündige ver.di diese gar final auf? Antworten auf diese Fragen gebe es derzeit nicht.

Eine strittige Frage habe sich in den Tarifverhandlungen ergeben: Die Einmalzahlungen für Teilzeitbeschäftigte. Aus Sicht des BDZV seien diese für Teilzeitbeschäftigte quotale auszukehren, anderer Auffassung darüber waren die Gewerkschaften. Arbeitsrechtliche Streitigkeiten seien damit vorprogrammiert.

Zuletzt noch hätten sich am 17. Dezember 2018 BDZV und DJV auf den bereits im Tarifabschluss vom 2. Juli 2018 vorgesehenen **„Tarifvertrag über die Altersversorgung für Redakteurinnen und Redakteure mit dem Schwerpunkt Online-, Audio- und audiovisuelle Berichterstattung an Tageszeitungen“** final geeinigt. Dies betreffe die Online-Redakteure in tarifgebundenen Verlagen, denn im Gegensatz zu dem seit Jahren geltenden all-gemeinverbindlichen Altersversorgungs-Tarifvertrag für die Printredakteure/redakteurinnen an Tageszeitungsverlagen sei nun im Zuge des Zusammenwachsens von Print und Online erstmals eine tarifvertragliche Altersversorgung für diese Berufsgruppe basierend auf einer betrieblichen Entgeltumwandlung geschaffen worden.

Offen sei nach wie vor eine neue Vereinbarung zu den **gemeinsamen Vergütungsregeln**, die 2017 vom BDZV gekündigt worden seien. Nach wie vor bestehe hier eine Rechtsunklarheit hinsichtlich der kartellrechtlichen Zulässigkeit solcher Vereinbarungen.

Ein weiterer Schwerpunkt der Arbeit des sozialpolitischen Ausschusses im BDZV habe auch in der **Neugestaltung der Ausschüttungen aus dem Solidaritätsfonds** gelegen. Daraus werden die sog. Streikgelder für die Verlage bezahlt. Nicht nur den Auszahlungsmodus habe man geändert, sondern man habe auch einen sog. Betroffenheitsausgleich mit aufgenommen. Der Sozialpolitische Ausschuss des BDZV habe dies in der Sitzung vom 19. November 2018 beschlossen und die Streikgelder für Verlage, die besonders stark von Streikmaßnahmen betroffen seien, um bis zu 50 % angehoben. Dieser „Betroffenheitsausgleich“ werde dann gewährt, wenn die Dauer, die Intensität und / oder die Auswirkungen von Arbeitskämpfmaßnahmen für einen einzelnen Mitgliedsverlag die Betroffenheit

anderer Mitgliedsverlage durch Arbeitskampfmaßnahmen des stattfindenden Tarifkonfliktes deutlich überschreite.

Ansprüche gegen den Solidaritätsfonds könnten auch als sog. Sofortmaßnahme während eines Tarifkonfliktes geltend gemacht werden, um tarifpolitische Signale sowohl an die Mitgliedsverlage als auch in den Tarifkonflikt ausstrahlen zu können.

Was den Solidaritätsfonds des BDZV angehe, wies er darauf hin, dass auch im Falle der Belastung eines Zeitungsunternehmens durch einen Arbeitskampf in der Druckindustrie Ansprüche aus dem Solidaritätsfonds beim BDZV geltend gemacht werden könnten.

Wolfgang Poppen, Präsident des Bundesverband Druck und Medien e.V. (BVDM) berichtete über die Tarifverhandlungen in der Druckindustrie.

Sehr schleppend hätten sich die Tarifverhandlungen in der Druckindustrie hingezogen. Insgesamt über 8 Tarifverhandlungsrunden (ab September 2018) hätten der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) und die Gewerkschaft ver.di über ein neues Lohnabkommen sowie eine Reform des Manteltarifvertrages (MTV) für die gewerblichen Arbeitnehmer der Druckindustrie, verhandelt.

Da es bis Ende Januar 2019 nicht zu einer Annäherung der Parteien gekommen war und die Gewerkschaft sich hartnäckig jeder Verhandlung über eine Reform des MTV verweigert hatte, habe der bvdm den tarifgebundenen Betrieben der Druckindustrie Ende Februar 2019 einseitig empfohlen, die Löhne und Gehälter **freiwillig** vorab zum 1. März um 1,8 % zu erhöhen. Diese Empfehlung hätten einige Betriebe umgesetzt, andere jedoch nicht.

Schließlich hätten sich die Tarifparteien am 3. Mai 2019 auf ein Lohnabkommen geeinigt.

Die Tariflöhne für die gewerblichen Arbeitnehmer der Druckindustrie sollten in drei Schritten ansteigen: um 2,4 Prozent rückwirkend zum 1. Mai 2019 sowie um weitere 2,0 Prozent ab 1. Juni 2020 und weitere 1,0 Prozent ab 1. Mai 2021. Die Laufzeit des Lohnabkommens – gerechnet ab dem 1. September 2018 – betrage 36 Monate und sei damit erstmals zum 31. August 2021 kündbar. Allerdings: Eine Reform des Manteltarifvertrages sei nicht gelungen. Der Manteltarifvertrag sei vorerst wieder bis zum 30. April 2021 geschlossen worden, verbunden mit einem Novum: Er laufe automatisch aus, wenn es den Parteien innerhalb dieses Zeitraums nicht gelinge, zu einer Einigung zu kommen. Das erhöhe den Druck auf die Verhandlungsparteien.

Herr Distelbarth ging dann abschließend auf die Tarifsituation bei den Angestellten der Zeitungsverlage ein.

In Baden-Württemberg habe man sich in den letzten Jahren immer an den Abschlüssen der Druckindustrie orientiert und diese übernommen. Die Gewerkschaft ver.di hatte mit Schreiben vom 17. Juli 2018 den Gehaltstarifvertrag für die Angestellten der Zeitungsverlage in Baden-Württemberg fristgerecht zum 31. August 2018 gekündigt.

Der Manteltarifvertrag sei von den Tarifparteien nicht gekündigt worden. Es gelte nun, den Ablauf der Erklärungsfrist in der Druckindustrie am 31. Mai 2019 abzuwarten, dann sei im Wege der innerverbandlichen Abstimmung zu entscheiden, ob der VSZV den Abschluss übernehme oder nicht. Nach dem ersten Stimmungsbild, welches er hier in der Versammlung einfange, gehe er davon aus, dass man diese Praxis beibehalte, dies bleibe aber der formalen Abstimmung der Mitglieder vorbehalten.

1.2.5. Bericht über die Bildungsarbeit des VSZV

Dr. Christine Bechtle-Kobarg, zuständiges VSZV-Vorstandsmitglied für die Berufsbildungsarbeit des Verbandes berichtete über die Berufsbildungsarbeit des Verbandes in den unterschiedlichen Teilbereichen.



Dr. Christine Bechtle-Kobarg

1.2.5.1. JBB: Ausbildungsangebote des VSZV unter dem Dach der gemeinsam mit dem Deutschen Journalistenverband DJV organisierten Seminare, die von der VSZV-Service Gesellschaft verantwortet würden.

Bereits zum 1. Januar 2018 sei die JBB in die vom VSZV errichtete VSZV-Service GmbH ausgegründet worden. Mit der Ausgründung einher seien zahlreiche Maßnahmen zur Profitabilitätssteigerung der von der JBB angebotenen Aus- und Fortbildungsmaßnahmen einhergegangen. Neben einer marktgerechten Erhöhung der Seminarpreise seien gleichzeitig die Seminarkosten auf ein erforderliches Maß reduziert worden. Nicht kostendeckende Seminare seien konsequent abgesagt worden.

Darauf sei es zurückzuführen, dass im Jahr 2018 von der JBB nur noch 21 eigene Veranstaltungen im Bereich Redaktion gegeben habe, im Vergleich zum Vorjahr seien es noch 33 gewesen. An den von der JBB im redaktionellen Bereich abgehaltenen Seminaren hätten 279 Personen teilgenommen (Vorjahr: 344). Erfreulicherweise sei demgegenüber die Anzahl der Volontäre bei den Grund- und Aufbau Seminaren und dem Pilotseminar auf 174 (Vorjahr: 135) angestiegen.

Durch diese Maßnahmen sei es gelungen, die durch den Wegfall der VG-Wortgelder entstandene Unterfinanzierung der JBB mehr als auszugleichen.

Ausgebucht seien im Jahr 2018 erneut die Grundlagen-seminare und die Aufbau-seminare gewesen. Gut besucht seien ebenfalls die Seminare „Interviewtechnik“, „Investigativer Journalismus“, das neue Seminar „Pilotseminar“, „Kreatives Schreiben“, „Storytelling“, „Gerichtsberichte in der Tageszeitung“, „Die Lust am Lesen wecken“ und der „Haushalt der Gemeinde“ gewesen.

Bedauerlicherweise hätten die Seminare „Die Lust am Lesen wecken-1“, „Der Haushalt der Gemeinde-1“, „Wirtschaft im Lokalen“, „Die Kunst der Glosse“, „Redigieren für die Tageszeitung“, „Schreibcoaching“, „Kultur im Lokalen“, „Mobile Videoproduktion“, „Crossmedia“, „Sonderveröffentlichungen und Kollektive“, „Facebook, Twitter, Videos – und was sonst noch kommt“, „Social Media in der redaktionellen Praxis“, „Community-Management im Redaktionsalltag“, „Mobile Reporting für Einsteiger“, „Nutzwertjournalismus“, „Das Feature“, „Sportjournalismus“, „Multimediale Erzählformen“, „Schreiben fürs Web“, „Datenjournalismus“, „Texte fürs Teilen“, sowie „Das Porträt“ und „Interviewtechnik-2“ abgesagt werden müssen. Es könne zum wiederholten Male festgestellt werden, dass zwar die Ausbildungsseminare für Volontäre nach wie vor gut belegt würden, weniger aber die Weiterbildungsseminare für Redakteure.

Wie schon in den vergangenen Jahren hätten erneut zahlreiche Volontäre und Redakteure aus anderen Bundesländern und von anderen Institutionen an den JBB-Veranstaltungen teilgenommen, was auf die Bekanntheit, Beliebtheit und Qualität der Seminare schließen lasse.

Am 26. Juni 2018 habe eine Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB stattgefunden. Der Vorstand der JBB sei paritätisch besetzt, jeweils vier Vertreter des VSZV sowie vier Vertreter des DJV Baden-Württemberg. Im JBB-Beirat wirkten neben einem Vertreter der dpa weitere acht Journalisten aus Baden-Württemberg mit und zusätzlich ein Vertreter dpa. Auf der Sitzung seien die Eckpunkte und die Ausrichtung des Seminarprogramms für das Jahr 2019 festgelegt worden.

1.2.5.2. Im Anschluss daran berichtete sie über das Seminarangebot des VSZV für verlagskaufmännische Mitarbeiter.

Die verhaltene Resonanz auf die Seminarangebote setze sich im Berichtsjahr weiter fort: Erneut seien zahlreiche Seminare wegen zu geringer Teilnehmerzahlen kurzfristig abgesagt worden. Von fünf geplanten Seminaren hätte lediglich ein Seminar kostendeckend durchgeführt werden können. Für die vier abgesagten Seminare hätten sich jeweils nur drei und weniger Teilnehmer angemeldet - obgleich für die Verlagspraxis relevante Seminare zu verschiedenen Rechtsthemen wie Presse-, Urheber- und Arbeitsrecht angeboten wurden.

Entsprechend seien die Teilnehmerzahlen im Vergleich zum Vorjahr erneut gesunken. Insgesamt hätten lediglich 7 Personen (Vorjahr: 24 Personen) das durchgeführte Seminar aus dem Bereich Vertriebs- und Kundenservice besucht.

Im Rahmen der seit 1999 bestehenden Ausbildungskooperation mit dem Verband Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV) seien im Berichtsjahr insgesamt fünf Seminare durchgeführt worden. An den Seminaren und Workshops in Stuttgart und München hätten insgesamt 65 Personen (Vorjahr: 96 Personen) teilgenommen, hiervon stammten 47 Teilnehmer aus VSZV-Mitgliedsverlagen und 18 aus bayerischen Zeitungshäusern.

1.2.5.3. Seminarangebot der vom VSZV gegründeten advise Akademie (Schwerpunkt Media-Berater)

Im Berichtsjahr 2018 sei zum dritten Mal erfolgreich das Gesamtprogramm zum „Mediaberater Crossmarketing“ für Nachwuchs-Mediaberater durchgeführt worden. An dem Programm hätten 12 Nachwuchs-Mediaberater teil-

genommen, davon 11 aus baden-württembergischen Zeitungsverlagen. Das Gesamtprogramm habe sich über das ganze Berichtsjahr verteilt und folgenden Seminar-Module beinhaltet:

- **Crossmedia I + II** (Referentin: Frau Christina D'Ilio, netzstrategen)
- **Kreation I + II** (Referentin: Frau Barbara Seiler, adbest Schulungen)
- **Verkauf I + II** (Referent: Herr Hans-Joachim Zehender, Die Verlagsakademie)

Das Angebot werde ständig überarbeitet und im Jahre 2019 entsprechend fortgesetzt.

1.2.5.4. Seminarangebot des VSZV für auszubildende Medienkaufleute

Wie in den Vorjahren hatte der VSZV im Jahre 2018 zusammen mit dem Südwestdeutschen Zeitschriftenverlegerverband (SZV) und dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Landesverband Baden-Württemberg, Prüfungsvorbereitungsseminare für auszubildende Medienkaufleute Digital und Print organisiert.

Die Teilnehmerzahlen für die Prüfungsvorbereitungsseminare seien im Vergleich zum Vorjahr gesunken. Erstmals lasse sich auch bei den Seminarteilnehmern, die aus Mitgliedsverlagen des VSZV entsendet wurden, ein erheblicher Teilnehmerrückgang feststellen. Im Jahr 2018 hätten sich nur noch 16 Teilnehmer (**2017: 30 Teilnehmer**) über den VSZV, 2 Teilnehmer (2017: 4 Teilnehmer) über den SZV und 7 Teilnehmer (2017: 16 Teilnehmer) über den Börsenverein angemeldet. Erschwerend sei hinzugekommen, dass uns die IHK Region Stuttgart mit einem eigenen Angebot für auszubildende Medienkaufleute Konkurrenz mache, welches aufgrund der Tatsache, dass keine Übernachtungen mit enthalten seien, preislich wesentlich günstiger angeboten werden könne. Ein Gesprächstermin der Verbände mit der IHK im Februar 2019, in dem über Kooperationsmöglichkeiten gesprochen werden sollte, sei von der IHK nicht wahrgenommen worden.

Bedauerlicherweise sei die letzten 5 Jahre generell festzustellen, dass in **Baden-Württemberg** nur noch zwischen **89** (Jahr **2017**) bis **117** (Jahr **2013**) Ausbildungsverträge für Medienkaufleute Digital/Print insgesamt **abgeschlossen worden seien**. Das hätten die vom Deutschen Industrie- und Handelskammertag erstellten Statistiken über die Anzahl der jährlich abgeschlossenen Ausbildungsverträge zum Berufsbild „Medienkaufmann/frau Digital und Print“ gezeigt.

Die Verbände würden diesen Entwicklungen Rechnung tragen müssen. So würden ab dem Jahre 2020 grundsätzlich nur noch zwei Prüfungsvorbereitungsseminare, eines zur Frühjahrsprüfung und eines zur Herbstprüfung, angeboten werden können.

1.3. Gegenstand der Sitzung war ebenfalls die Abrechnung des Verbandsgeschäftsjahres 2018, der Bericht der Rechnungsprüfer nebst der Entlastung von Vorstand und Geschäftsführung sowie die Beschlussfassung über den Etat des Jahres 2019

VSZV-Geschäftsführer Stephan Bourauel erläuterte die Etat-Abrechnung des Jahres 2018.

Durch Herrn Markus Krichenbauer erfolgte der Rechnungsprüfungsbericht des Geschäftsjahres 2018. Nachdem keine Beanstandungen in der Abrechnung 2018 festgestellt worden waren, beantragte er die Entlastung von Vorstand und Geschäftsführung, diese erging jeweils einstimmig bei Enthaltung der Betroffenen. Im Anschluss daran wurde die Abrechnung des Geschäftsjahres 2018 einstimmig beschlossen.

Zu guter Letzt erfolgte die Erläuterung des Etatvoranschlags für das Jahr 2019. Der Etatvoranschlag 2019 wurde ebenfalls einstimmig angenommen.



Stephan Bourauel

1.4. Wahlen: Vorstand und Vorstandsvorsitzende, Gremiovorsitzende, Rechnungsprüfung, weitere Wahlen und Benennungen

Bei den turnusgemäßen alle 2 Jahre Wahlen zu den Verbandsämtern und Gremien ergaben sich folgende Ergebnisse:

Der bisherige Vorsitzende, Valdo Lehari jr, Verleger des Reutlinger General-Anzeigers, wurde erneut zum **Vorsitzenden** gewählt.

Die bisherigen VSZV-Vorstandsmitglieder Dr. Björn Jansen, Dr. Haas Gruppe/Mannheimer Morgen sowie Thomas Brackvogel, Neue Pressegesellschaft Ulm/Südwest Presse, hatten sich nicht mehr zur Wahl zur Verfügung gestellt. An Ihrer Stelle wurden Florian Kranefuß, Geschäftsführer Dr. Haas Gruppe/Mannheimer Morgen und der Verleger/Geschäftsführer der Badischen Neuesten Nachrichten, Herr Klaus Michael Baur benannt.

Zu weiteren Vorstandsmitgliedern gewählt wurden:

1. Herbert Dachs, Stuttgarter Zeitung, Stuttgarter Nachrichten
2. Tilmann Distelbarth, Heilbronner Stimme
3. Martin Wilhelm: Heidenheimer Zeitung
4. Rainer Wiesner, Südkurier
5. Dr. Kurt Sabathil, Schwäbische Zeitung
6. Florian Kranefuß, Mannheimer Morgen
7. Klaus Michael Baur, Badische Neueste Nachrichten
8. Wolfgang Poppen, Badische Zeitung

In der konstituierenden Vorstandssitzung im unmittelbaren Anschluss an die Mitgliederversammlung wurden **Wolfgang Poppen, Badische Zeitung,** und **Martin Wilhelm, Heidenheimer Zeitung** zu **stellvertretenden Vorsitzenden** des VSZV gewählt.

Zu Vorsitzenden der Fachausschüsse wurden gewählt:

VSZV-Anzeigenausschuss: Dr. Kurt Sabathil, Schwäbische Zeitung

VSZV-Vertriebsausschuss: Wolfgang Poppen, Badische Zeitung

VSZV-Ausschuss Digitale Medien: Martin Wilhelm

Die Wahlen zu Besetzung der Rechnungsprüfer ergaben folgendes Ergebnis:

Fr. Monika Krichenbauer, bisherige Rechnungsprüferin des VSZV, hatte mitgeteilt, diese Funktion in der kommenden Wahlperiode nicht mehr auszuüben. Der bisherige stell-

vertretende Rechnungsprüfer, Markus Krichenbauer, hatte sich bereit erklärt, diese Amt zu übernehmen.

Die bisherige stellvertretende Rechnungsprüferin des VSZV, Ulrike Lambart, Lahrer Zeitung, stand ebenfalls nicht mehr für dieses Amt zur Verfügung. Die neue Geschäftsführerin des Verlages, Frau Kirsten Wolf, hatte ihrerseits gegenüber der Geschäftsstelle erklärt, dass sie sich für diese Funktion zur Verfügung stellen werde

Gewählt wurden:

Markus Krichenbauer, Nürtinger Zeitung
Kirsten Wolf (Stellvertreterin), Lahrer Zeitung

Der Schlichtungsausschuss des Verbandes wurde wie folgt besetzt:

Valdo Lehari jr., Reutlinger General-Anzeiger
Konrad A. Theiss, Aalen
Dr. Björn Jansen, Mannheim

Auf die Wahl von Stellvertretern wurde verzichtet.

Zu Ehrenmitgliedern des VSZV wurde ernannt:

Frau Dr. Christine Bechtle-Kobarg, Eßlinger Zeitung
Herr Dr. Björn Jansen, Mannheimer Morgen
Herr Eberhard Ebner, Südwest Presse
Herr Dr. Richard Rebmann, Schwarzwälder Bote

Journalistische Berufsbildung, JBB: In Nachfolge von Dr. Christine Bechtle-Kobarg, Esslingen, wurde Tilmann Distelbarth ebenfalls einstimmig als **Sprecher der Verleger** neubenannt.



Als weitere Mitglieder der Verlegergruppe wurden durch die Mitgliederversammlung einstimmig benannt:

Thomas Satinsky, Pforzheimer Zeitung
Gerhard Ulmer, Ludwigsburger Kreiszeitung,
Stephan Bourauel, VSZV

Darüber hinaus erfolgten die **Benennungen der Mitglieder der Fachausschüsse des VSZV und des BDZV und weiterer Organisationen**. Hinsichtlich der Ergebnisse sei auf die Auflistung in Ziff. X dieses Jahresberichtes verwiesen.

1.5. VSZV-Satzungsänderung

Der BDZV plant, seine Mitgliedschaft zu erweitern und will auch digitalen Tochtergesellschaften von Mitgliedsunternehmen, ggf. auch weitere Unternehmen, die sich mit der digitalen Transformation der Medienwelt befassen, in den Verband aufnehmen. Da der BDZV keine Unternehmensmitgliedschaften anbietet, sondern die unter dem Dach des BDZV angesiedelten Unternehmen über die einzelnen Landesverbände im BDZV Mitglied sind, haben die Landesverbände Ihre Satzungen anzupassen.

In die Satzung wurde dann nach Beschluss der Mitgliederversammlung eine Regelung aufgenommen, mit dem den „Digitaltöchtern“ der Mitgliedsunternehmen eine Mitgliedschaft **ohne Tarifbindung** ermöglicht werden sollte. Allerdings zeichnete sich im weiteren Lauf des Jahres, angestoßen durch die Diskussion in den BDZV-Gremien, ab, dass die neu aufgenommene Satzungsregelung einer erneuten Änderung unterzogen werden muss. Dies bleibt der Entscheidung der Mitglieder in einer der folgenden Mitgliederversammlungen vorbehalten

1.6. VSZV-Wissensdatenbank Datenschutz

Martin Wilhelm, Vorsitzender der AG DS GVO, erläuterte die Hintergründe des Projektes „VSZV-Wissensdatenbank Datenschutz“. Die AG DS GVO des VSZV habe gemeinsam mit dem auf Datenschutzfragen spezialisierten Frankfurter Unternehmen, der AGOR AG / Kanzlei AGOR Legal das Projekt VSZV-Wissensdatenbank Datenschutz initiiert, nachdem nach intensiver Prüfung in der Arbeitsgruppe die Übernahme eines Lösungsvorschlages des österreichischen Zeitungsverlegerverbandes als nicht übertragbar auf das bundesdeutsche Modell angesehen worden war.

Die Mitgliedsunternehmen seien mit insgesamt vier Sonderrundschreiben immer wieder über den Fortgang des Projektes informiert worden. Mittlerweile hätten sich

bereits 12 Mitgliedsverlage zur Teilnahme an dem kostenpflichtigen Projekt entschlossen und hätten entsprechende Absichtserklärungen abgegeben. Im Laufe des April seien noch weitere vier Interessensbekundungen hinzugekommen. Nach Diskussion und Erörterung der Projekteinheiten habe der VSZV-Vorstand am 28. März 2019 dem Abschluss eines VSZV-Rahmenvertrages mit der AGOR-AG zugestimmt und Mittel für eine einmalig zu zahlende Verbandsumlage in Höhe von 10.000 € (zuzgl. MwSt.) für die Initiativarbeiten an dieser Datenbank frei gegeben.

Für Mitgliedsunternehmen, die sich bis zum 31. Mai 2019 an der Teilnahme Projekt durch Abschluss einen Abo-Einzelvertrages entschließen würden, betrage der jährliche Beitrag 2.100 € zuzgl. MwSt. (399 €), für Unternehmen, die sich ab dem 1. Juni zu einer Teilnahme entschließen würden 2.700 € zuzgl. MwSt. (513 €). Für in die AG DS GVO kooptierte Nichtmitgliedsunternehmen werde zusätzlich eine an den VSZV zu entrichtende Beteiligung zur Finanzierung der oben erwähnten Verbandsumlage in Höhe von 500 € erhoben.

Offizieller Start des Projektes ist der 1. Juni 2019.

Nach der Einführung durch Herrn Wilhelm erläuterte David Pfau, AGOR AG (Frankfurt) den Aufbau und die Funktionalität der VSZV-Wissensdatenbank Datenschutz: Die Datenbank sei „website-gestützt“ auf MS-Office 365 Sharepoint-Basis aufgebaut. Anhand von bisher ca. 81 festgelegten Einzelthemen (diese würden künftig ständig erweitert), die fünf Hauptkapiteln (Allgemeine Informationen, Redaktionsdatenschutz, Beschäftigtendatenschutz, Digitalbereich, Werbung und Marketing) zugeordnet würden, würden die relevanten Themenfelder kommentiert: Es erfolge jeweils eine Kurzeinführung vor dem jeweiligen Themenfeld, damit sich der Nutzer einen schnellen Überblick über die dort behandelten Inhalte verschaffen könne. Darunter erfolge eine Zuweisung von Dokumenten (Muster, Vorlagen, Stellungnahmen etc.) und Informationen, die dort nochmals verschlagwortet und abrufbar sein würden. Es seien in den Beiträgen Verlinkungen zu anderen, jeweils mitberührten Rechtsfragen/Themenbereichen vorgesehen. Neben einer alphabetische Gesamtübersicht der Themen und einer Sammlung mit aktueller Rechtsprechung, die vor allem eine allgemeinverständliche Kurzzusammenfassung einschlägiger Urteile enthalten werde, werde es einen Uploadbereich für die Teilnehmer, eine Kommentarfunktion sowie einen Ticker für aktuelle Verlautbarungen wichtiger Organisationen (Datenschutzbehörden, DSK, Ministerien etc.) geben.

Die Beschickung mit Inhalten bestimme die VSZV AG DS GVO und die darin vertretenen Mitglieder bzw. die der VSZV Wissensdatenbank beigetretenen Verbandsmitglieder. Die AG DS GVO tage regelmäßig, mind. viermal im Jahr. Die AG

DS GVO stimme sich auch mit dem BDZV und ggf. anderen Institutionen, wie z.B. dem Presserat ab, um zu gewährleisten, dass die aufzuarbeitenden Fragen branchenrelevant gelöst würden. Dabei beinhalte die Datenbank nicht allein datenschutzrechtliche Fragen, sondern beziehe die korrespondierenden Inhalte, z.B. aus den Rechtsgebieten Wettbewerbsrecht, Verbraucherschutzrecht, Presserecht etc. mit ein.

1.7. Vorstellung der neuen VSZV Imagekampagne

VSZV-Vorstandsmitglied Rainer Wiesner (Südkurier), Vorsitzender der Arbeitsgruppe Gattungsmarketing, erläuterte die Überlegungen für die Gestaltung einer neuen VSZV-Imagekampagne. In der Arbeitsgruppe hätten aus Mitgliederkreisen Ulrich Becker (SWP), Andreas Heinkel (Eßlinger Zeitung), Sina Farschid (Schwäbische Zeitung) sowie Thomas Satinsky (Pforzheimer Zeitung) mitgewirkt, zusätzlich sei diese von Markus Ruppe, ZMG unterstützt worden.

Ausgehend von der Überlegung, ob die Fortsetzung der „alten“ Kampagne „Jedes Wort wert“ zielführend sei, sei man sehr schnell zu dem Ergebnis gekommen, dass man eine neue Kampagne den „gesellschaftlichen Befindlichkeiten“ gegenüber den Medien anpassen müsse und den sich in Teilen der Gesellschaft gegen die Medien herausgebildeten Aversionen (Stichworte „Fake News, Lügenpresse“) entgegentreten müsse, was dann zu dem Ergebnis geführt habe, dass eine „Haltungskampagne“ der angezeigte Schritt in die richtige Richtung sei.

Anhand verschiedener Beobachtungen begründete Herr Wiesner die Ausrichtung des Konzeptes: Es müsse bedauerlicherweise festgestellt werden, dass vielfach Politiker die Zeitungen nicht schützten, sondern sie lediglich benutzten. Das zeige sich so auf unterschiedlichen Handlungsfeldern, auf denen Zeitungsverlage gegenwärtig von der Politik Beachtung einforderten: Z.B. die Amtsblattproblematik, das Urheberrecht, die Besteuerung Digitaler Produkte, die Sicherung der Zeitungszustellung. Der konstituierende Beitrag des Mediums Zeitung bzw. der privatwirtschaftlichen Medienhäuser als wesentlicher Bestandteil des Journalismus, heutzutage auch in seiner digitalen Fortentwicklung, für den Bestand der Demokratie werde mittlerweile in der Öffentlichkeit nur noch unzureichend erkannt und vor allem in seiner Bedeutung verkannt. Die vom Gremium entwickelte Haltungskampagne sei ein offensives Bekenntnis zum Leistungspotential des lokalen und regionalen Journalismus und verdeutliche, dass die Zeitungsmedien maßgeblich zur Meinungsbildung über die politischen Vorgänge in einem Gemeinwesen und in der Demokratie beitragen würden und dies als unvoreingenommener Partner mit hohem Qualitätsanspruch umsetzen.

Nach intensiver Diskussion in der Arbeitsgruppe und einem Agenturpitch am 4. Dezember 2018 in Stuttgart sei man zu dem Ergebnis gekommen, dass die Agentur Leagas Delaney aus Hamburg die Konzeptvorstellungen des Gremiums am treffendsten umgesetzt habe.

Die Vertreter der genannten Agentur, die Herren Pete Regnery (Kreativdirektor) und Hermann Waterkamp (Managing Partner) erläuterten anhand einer Videopräsentation die Konzeption der Kampagne.



Rainer Wiesner



Herr Ruppe, ZMG, erläuterte den Kostenrahmen der Kampagne. Es sei gegenwärtig von einer Größenordnung ca. 300.000 € auszugehen, um mit dem Projekt beginnen zu können. Ausgehend von IVW 4. Quartal 2018 = 1.643.030 Auflagenstück der VSZV Mitgliedsverlage, ergebe sich demnach überschlägig ein Anteil von rund 18 Cent pro Auflagenstück (300.000 € /1.643.030).

Die Konzeption der Kampagne stieß unter den anwesenden Vertretern der Mitgliedsverlage auf große Zustimmung. In der abschließenden Beschlussfassung sprachen sich die anwesenden Mitglieder (mit 46 von 50 in der Sitzung vertretenen Stimmrechten) einstimmig für die Durchführung der Kampagne aus. Die nicht in der Sitzung vertretenen Mitgliedunternehmen sollten in einem gesonderten Schreiben um ihr Votum zu einer Beteiligung befragt werden.

Weitere Programmpunkte der Jahrestagung

1.8. Pressekonferenz

In Pressekonferenz beantworteten die Mitglieder des VSZV-Vorstandes Fragen der anwesenden Journalisten zur Entwicklung der Branche.

1.9. Vortragsveranstaltung am Nachmittag

An der im Kurhaus Bad Mergentheim stattfindenden Vortragsveranstaltung nahmen 80 Gäste aus Politik, Wirtschaft und Kultur teil.

1.9.1. Festansprache des Vorsitzenden, Valdo Lehari jr.

Nach der Begrüßung durch den Verbandsvorsitzenden Valdo Lehari jr. ging dieser in seiner Festansprache auf zuerst auf die allgemeine Situation des Journalismus weltweit ein. Herr Lehari merkte an, dass er im Grunde fast formelhaft Inhalte seiner letztjährigen Rede wiederholen könnte, die Tendenzen klassische Medien verächtlich zu machen und zu verleumden und sie in der Wahrnehmung ihrer öffentliche Aufgabe einzuschränken, sei weltweit unverändert zu beobachten. Diese Entwicklungen seien selbst innerhalb der Europäischen Union feststellbar, wie am Beispiel der Slowakei, in Zypern oder an den restriktiven Entwicklungen in Ungarn festzustellen sei. Darüber hinaus sei eine weitere Verunsicherung und Beeinflussung der Mediennutzer durch die gezielte Einstreuung sog. Fake-News durch interessierte Kreise nach wie vor ein offensichtliches Problem. Diese Entwicklung entgegenzuwirken und ein Zeichen zu setzen sei auch das Ziel der durch den VSZV initiierten Imagekampagne: Es gehe darum im Bewusst-



sein der Bürger die elementare Bedeutung einer freien und an qualitativen Maßstäben ausgerichteten Presse für ein demokratisches Gemeinwesen bewusst zu machen. Das immer wieder nachgewiesene große Vertrauen der Leser in den professionellen Journalismus solle damit bestärkt und untermauert werden.

Er ging dann auf die für die Zeitungsbranche in besonderem Maße relevanten Entwicklung in der Medienpolitik ein und nannte als erstes die Entscheidung der beteiligten EU-Institutionen zur Urheberrechtsreform und damit auch zum Verlegerrecht. Aus Sicht der Verlage könne er diese Entwicklung nur begrüßen. Der Erfolg über die Zustimmung für die entsprechende Richtlinie gebühre allen Verlagen und Landesverbänden sowie dem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. (BDZV), die mit ihrer außergewöhnlichen und kraftvollen Unterstützung einen erheblichen Beitrag geleistet hätten. Bei der Vertretung der Interessen der Verlage sei große Leidenschaft gezeigt und hoher persönlicher Einsatz erbracht worden. Man habe „unerschrocken und unermüdlich vor Ort gekämpft“, „am Ende haben alle EU-Institutionen mehrheitlich für unsere Sache, für die Zukunft der Zeitungen gestimmt“, sagte Lehari.

Gleichzeitig richtete er einen Appell an die entsprechenden EU-Institutionen sowie die Bundesregierung, und erklärte, dass die bestehenden Datenschutzregelungen, insbesondere die geplante E-Privacy-Verordnung der EU, die für die Finanzierung der privaten Presse nötige Datennutzung weitgehend unterbinden würden.

Während die Auflage gedruckter Presseprodukte rückläufig sei, steige die digitale Pressennutzung gerade auch im mobilen Bereich erheblich. Die digitale Presse dürfe jedoch nicht stärker beschränkt werden als die gedruckte Presse. Andernfalls würde die Pressefreiheit im Zuge der Digitalisierung nach und nach faktisch abgeschafft.

Der Ausbau digitaler Presseangebote sei aber auch deshalb notwendig, weil die Printauflagen stark zurückgingen, große Kostenblöcke, wie die Druckereien oder die aufwendigen Vertriebsnetze, jedoch erhalten bleiben müssen. Das Problem verschärfe sich auch, weil der Anzeigenmarkt als wichtige Finanzierungssäule der Presse in Bedrängnis gekommen sei. Der Verband appellierte an das Bundesministerium für Arbeit und Soziales, staatliche Maßnahmen zur Sicherstellung von Vielfalt und Vertrieb der Zeitungen zugunsten der Verleger zu ergreifen. Die systemrelevante Infrastruktur müsse auch künftig flächendeckend erhalten werden, um weiterhin die breite Bevölkerung mit der gewünschten Zeitung versorgen zu können. Lehari erinnerte daran, dass Abhilfe schon im Koalitionsvertrag der Großen Koalition vorgesehen war.

Zur Sicherung der Zeitung müsse auch der reduzierte Mehrwertsteuersatz für Zeitungen gleichermaßen auf digitale Presseprodukte ausgedehnt werden. Große Hoffnung

werde dabei in das Jahressteuergesetz gesetzt, das noch vor der Sommerpause kommen solle.

Schließlich begrüßte Lehari die Entscheidung des BGH vom 20. Dezember 2018 in Sachen „Kommunale Amtsblätter“, welche die Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG in Ulm gegen die Große Kreisstadt Crailsheim erstritten hatte und die für die Zeitungsbranche richtungsweisend sei. Zahlreiche Kommunen gestalteten ihre Amtsblätter immer presseähnlicher und betrieben ausufernde Öffentlichkeitsarbeit in gedruckter Form, aber auch auf Online-Portalen. Der Bundesgerichtshof habe in diesem Grundsatz-Urteil solchen Aktivitäten erfreulicherweise deutliche und klare Grenzen gesetzt.

Lehari blickte optimistisch in die Zukunft der Zeitungsverlage, nicht zuletzt, weil der Verband auf der Mitgliederversammlung der Implementierung einer großflächig angelegten Imagekampagne unter Federführung des Geschäftsführers der SÜDKURIER GmbH, Rainer Wiesner, in Zusammenarbeit mit der Agentur Leagas Delaney Hamburg GmbH mit großer Mehrheit zugestimmt habe. Die Kernkompetenzen der Tageszeitungen wie Glaubwürdigkeit, Vertrauen in professionell ausgebildete Journalisten, Stärkung des Selbstbewusstseins der Tageszeitungen sowie das Aufgreifen relevanter Themen rückten wieder in den Vordergrund und ins Bewusstsein der südwestdeutschen Bevölkerung und steigerten die Attraktivität der Zeitungen.

1.9.2. Der Bad Mergentheimer Oberbürgermeister, Udo Glatthaar, warb in seinem Grußwort dafür, dass Kommunen und Medien gemeinsam Sorge tragen für eine gut informierte Öffentlichkeit und eine „lebendige Demokratie im Lokalen“.

1.9.3. Über Aktuelle Herausforderungen in Politik und Medien sprach der Vorsitzende der CDU-Landtagsfraktion, Prof. Dr. Wolfgang Reinhart, MdL. Er stellte in besonderem Maße heraus, dass Politiker und Zeitungsmacher mehr gemeinsam hätten, als auf den ersten Blick vermutet: „Für beide bestimmen Tempo, Aktualität und Entscheidungsdruck das Tagesgeschehen. Beide brauchen ein sicheres Gefühl für Themen, Stimmungen und Debatten.“ Er hob auch hervor: „Eine unabhängige, kritische Presse und eine vielfältige Zeitungs- und Medienlandschaft sind für unsere demokratische Kultur elementar! Das ist nicht immer bequem, aber notwendig.“

1.9.4. Breiten Raum nahm die **Podiumsdiskussion zum Thema „Zukunft der Amtsblätter“** ein, moderiert durch den **Chefredakteur des SÜDKURIER, Stefan Lutz**. Auf dem Podium saßen **Gudrun Heute-Bluhm, Städtetag Baden-Württemberg**, Stuttgart, **Prof. Dr. Wolfgang Reinhart, MdL, Vorsitzender der CDU-Landtagsfraktion**, **Thomas Brackvogel, Geschäfts-**

fürher Neue Pressegesellschaft (Südwest Presse), Ulm, Tilmann Distelbarth, Verleger der Heilbronner Stimme.

Sehr schnell rückte die Frage der Grenzziehung in den Mittelpunkt der Diskussion: Tilmann Distelbarth sagte: „Erforderlich ist eine Klärung der Rollenfunktion auf allen Kanälen.“ Deutlich wurde, dass es die Aufgabe der Vertreter der Medien sei, kritisch nachzufragen, zu bewerten und einzuordnen, so sei das unter anderem auch im Landespressegesetz verankert, welches der Presse diese Funktion als öffentliche Aufgabe zuweise. „Ein Agieren der Stadtverwaltungen und Politiker an der Presse vorbei, aufgrund von Misstrauen und das Schaffen einer Gegen-Öffentlichkeit könne nicht der richtige Weg sein“, so Thomas Brackvogel, während Wolfgang Reinhart für eine ausgewogene Berichterstattung der Medien eintrat und betonte, dass er ein großer Anhänger der Presse- und Informationsfreiheit sei. „Das BGH-Urteil muss man hinnehmen, der rechtliche Rahmen ist jetzt klar“, meinte Gudrun Heute-Bluhm. Sie sprach sich für ein gutes Miteinander von Kommunen und Medien aus und sah Letztere auch in der Verantwortung, da sie viel mehr Möglichkeiten in der Verbreitung von Nachrichten hätten.

1.10. Verlegerabend

Zum Ausklang der VSZV-Jahrestagung luden die Fränkischen Nachrichten zu einem festlichen Abendessen ins Reinhold Würth-Haus ein, wo die Gäste durch den Geschäftsführer des Verlages, Herrn Michael Grethe, begrüßt wurden. Herr Grethe drückte seine Freude darüber aus, dass der Verband der Einladung seiner Zeitung erneut ins Taubertal gefolgt war. Bereits 1976 und 1991 hatte es VSZV-Jahrestagungen in der Kurstadt gegeben.

Ein Grußwort des stellvertretenden baden-württembergischen Ministerpräsidenten und Innenministers, Thomas Strobl (CDU) rundete den sehr harmonischen Abend ab. Der Innenminister ging in seiner Rede auch auf den Streit zwischen Städten und Zeitungsverlagen um kommunale Amtsblätter ein. Er wolle Vertreter beider Seiten ins Innenministerium einladen, um eine Lösung zu finden. „Aus meiner Sicht müsste das eigentlich möglich sein“, sagte Strobl. „Wir müssen nicht unbedingt das jetzt noch bis nach Karlsruhe zum Bundesverfassungsgericht treiben“, betonte er. Ihm gehe es um eine „pragmatische und vernünftige Lösung unter Beachtung des Grundsatzes der Staatsferne der Presse“.

2. Arbeit des VSZV-Vorstandes 2019

Der VSZV-Vorstand trat im Berichtsjahr am 11. Januar, 28. März, 24. Juni, 18. September sowie am 22. November zu Präsenzsitzungen zusammen. Am 12. März, am 03. Mai wurden zusätzliche Telefonkonferenzen abgehalten.

In der Präsenzsitzung am 11. Januar 2019 wurde über die finanziellen Förderung des baden-württembergischen privaten Rundfunks diskutiert, im Einzelnen auch über die Verteilung von Fördergeldern zwischen den unterschiedlichen Mediengattungen. Die geplante Förderung des regionalen Fernsehens über zusätzliche Bereitstellung von Mitteln im Landeshaushalt wurde angesprochen. Breiten Raum nahm die Organisation der Jahrestagung 2019 in Bad Mergentheim ein.

Im Rahmen der Telefonkonferenz am **12. März 2019** ging es um die Vorbereitung der BDZV-Präsidiumssitzung, in der es unter anderem um politische Konzepte zur Sicherung



der Zeitungszustellung ging und die Entscheidung der EU zur Reduzierung der Mehrwertsteuer für Digitale Presseprodukte und deren Umsetzung in die nationale Gesetzgebung. Auch die Fragen der EU-Vorgaben zur Änderung des bestehenden Urheberrechts wurden diskutiert. Das Thema „Gemeinsame Plattformen mit den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten“ wurde erörtert wie auch die Frage der vom BDZV intendierten Satzungsänderungen zur Aufnahme digitaler Tochterunternehmen in den BDZV und dessen Landesverbände. Die geplante Namensänderung des BDZV wurde diskutiert, ebenso neue Kongressformate des BDZV wie bspw. beBeta und die Entwicklung der ZMG. Die tarifpolitischen Entwicklungen im Bereich der Druckindustrie wurden besprochen, dies im besonderen Hinblick auf die bisher gelebte Praxis, das Ergebnis des Abschlusses der Druckindustrie in den Tarifvertrag für die Angestellten der Zeitungsverlage zu übernehmen.

Gegenstand der Sitzung am **28. März 2019** waren Überlegungen zur Planung einer neuen Gattungskampagne, die als Imagekampagne die Qualitäten der Tageszeitung als glaubwürdigstes Medium und zuverlässigste Informationsquelle untermauern soll. Ein Entwurf durch die Hamburger Agentur Leagas Delaney wurde vorgestellt und diskutiert. Weitere Themen waren die Arbeit an einer VSZV-Wissensdatenbank Datenschutz durch die AG DS GVO des Verbandes unter Leitung des Vorstandsmitgliedes Martin Wilhelm, die Besprechung der Wahlformalitäten in Bezug auf Gremienwahlen anlässlich der kommenden Mitgliederversammlung im Mai 2019, die Organisation der Jahrestagung 2019 und die Besprechung des Jahresabschlusses der VSZV Service GmbH.

In der Telefonkonferenz am **3. Mai 2019** ging es um die Vorbereitung der Mitgliederversammlung, im Besonderen um die Abrechnung des VSZV-Etats 2018 und die Eckdaten des VSZV Etatvoranschlags 2019. Der Quartalsbericht der VSZV Service GmbH wurde besprochen, sowie weitere Details der von BDZV und VSZV geplanten Satzungsänderungen hinsichtlich der Aufnahme digitaler Tochterunternehmen der Mitgliedsunternehmen in die Verbände. Weiterhin wurde die Erweiterung der Arbeitsgruppe Benchmark diskutiert.

Am **20. Juni 2019** trat der Vorstand zu einer weiteren Sitzung zusammen. Sitzungsgegenstand war die Vorbereitung einer weiteren BDZV-Präsidiumssitzung und ein auf eine Bundesratsinitiative des Landes NRW zurückgehender Entwurf eines Gesetzes zur Änderung der Abgabenordnung zwecks Anerkennung der Gemeinnützigkeit von Journalismus. Weitere Details der Umsetzung der VSZV-Imagekampagne wurden besprochen sowie Fragen der Förderung von Zeitungsprojekten in baden-württembergischen Schulen durch die Landesregierung.

In der Vorstandssitzung am **18. September 2019** stand die Vorbereitung der BDZV-Delegierten-/Mitgliederversammlung am 23. September 2019 im Mittelpunkt(Themen Haushaltsfragen, Medienpolitik - hier vor allem die Förderung der Zeitungszustellung, Satzungsänderungen, German Publishers Data Alliance, ZMG). Darüber hinaus ein weiteres mal die Frage der Förderung von Zeitungsprojekten in baden-württembergischen Schulen durch die Landesregierung. Der Abschluss des 2. Quartal 2019 der VSZV Service GmbH wurde besprochen und die weiteren administrativen Vorbereitungen für den Start der VSZV-Imagekampagne

In der letzten Präsenzsitzung des Berichtsjahres am **22. November 2019** ging es um die Vorbereitung einer weiteren BDZV-Präsidiumssitzung am 27. November 2019. Dort standen die Förderung der Zeitungszustellung, die geplanten Satzungsänderungen sowie Fragen der ePrivacyVO, der Änderung des Kartellrechts und aktuelle Entwicklungen im Bereich der ENPA und WAN-IFRA auf der Tagesordnung. Der Fortgang der VSZV-Imagekampagne wurde besprochen, insbesondere deren Präsentation auf dem diesjährigen Landespresseball. Außerdem wurde der Abschluss des 3. Quartals der VSZV Service GmbH erörtert.

Im Rahmen eines sich an die Vorstandssitzung anschließenden gemeinsamen Mittagessens des Vorstandes dankte Herr Lehari bei Überreichung von Abschiedsgeschenken den ausscheidenden Vorstandsmitgliedern Herrn Dr. Sabathil und Herrn Wiesner auch im Namen der VSZV-Mitglieder herzlich für ihren unermüdlichen Einsatz bei der Ausübung ihres ehrenamtlichen Engagements für den VSZV. Er wünschte beiden Herren alles erdenklich Gute für den neuen Lebensabschnitt.

3. VSZV-Anzeigenausschuss

Im Jahr 2019 tagte der VSZV-Anzeigenausschuss am 7. Mai sowie am 12. Dezember.

Die erste Sitzung fand am 7. Mai auf Einladung des Südkurier in Konstanz statt. Der Anzeigenausschuss befasste sich in dieser Sitzung mit dem Schwerpunktthemen Digitalvermarktung und Lean Management im Anzeigenprozess. Herr Kristian Putz, Leiter Technik & Digitales der Haas Media GmbH, präsentierte die Digitalvermarktung des Mannheimer Morgen und wie diese bspw. durch Workshops in den Verlagshäusern vorangetrieben werden könne. Weiter berichtete Herr Dr. Sabathil von den jüngsten Prozessoptimierungsmaßnahmen im Medienhaus Schwäbisch Media, die an das Prinzip KAIZEN angelehnt seien und bewirkten, dass viele Ineffizienzen abgeschafft wurden. Routinetätig-

keiten würden möglichst automatisiert und damit „lean“ ablaufen. Das System sollte nicht nur im Anzeigeprozess umgesetzt, sondern bis zum Jahresende vollständig und damit auch im Bereich Vertrieb und Logistik implementiert sein. Die Sitzung diente auch der Präsentation der erzielten Ergebnisse der Arbeitsgruppen des Anzeigenausschusses und der Vorbereitung der VSZV-Vermarktungstagung 2019.

In seiner Sitzung am 12. Dezember in Stuttgart begrüßte der Anzeigenausschuss zwei Berliner Gäste der Agentur powerstories GmbH, die Herren Thomas Löbke und Jonathan Gresch, zum Thema powerstories. Diese stellten Social Media-Stories als neue Erzählform in zusätzlichen Kanälen vor, die sowohl Advertiser als auch Publisher nutzen können, um emotionale Elemente mittels Video, Audio, Bild, Text und Spezialeffekten einzubinden und so u.a. Anzeigen einen authentischen, mobiloptimierten, wirkungsvollen, lebensnahen und schnellen Charakter zu verschaffen. Daneben tauschten sich die Sitzungsteilnehmer über die derzeitigen Marktbedingungen für die Verlage, die positive digitale Entwicklung des Verlagswesens in Skandinavien, namentlich Norwegen, und die Idee von Agenturmodellen zur Contenterstellung / Contentvermarktung aus.

Neben kurzen abschließenden Berichten aus den unter dem Vorsitz des Herrn Dr. Sabathil gebildeten Arbeitsgruppen wurden noch eine Nachbetrachtung der VSZV-Vermarktungstagung 2019 und eine Vorschau 2020 vorgenommen sowie Herr Dr. Sabathil für sein großes Engagement im Amt als Vorsitzender des VSZV-Anzeigenausschusses gedankt.

4. VSZV-Vertriebsausschuss

4.1. Sitzungen

Der VSZV-Vertriebsausschuss tagte im Berichtsjahr am 4. April und am 4. Juli in Stuttgart.

Die erste Sitzung wurde im Haus der Wirtschaft ausgerichtet und war dem Themenschwerpunkt Lesermarkt gewidmet. Der Ausschuss begrüßte einen Gastreferenten aus Detmold, Herrn Ralf Klohs, Vertriebsleiter der Lippischen Landeszeitung, der die Vermarktungsstrategien der Lippischen Landeszeitung vorstellte.

Die weiteren Themen der Sitzung:

- Round Table
- Bericht aus dem BDZV-Vertriebsausschuss und den BDZV-Arbeitsgruppen
- Umfrage zu Standwerbung im baden-württembergischen Einzelhandel

- Erfahrungsaustausch: Preisdifferenzierungsstrategien von Abomodellen
- Erfahrungsaustausch: Inbound-Sales
- Ergänzende Bestimmungen der IVW zu den ePaper-Ausgaben
- Vorbereitung der VSZV-Vermarktungstagung 2019

Themenschwerpunkt der Sitzung am 4. Juli war die Logistik. Neben einem Bericht aus der BDZV-Arbeitsgruppe Logistik, dem Freiburger Logistikkreis und der Arbeitsgruppe Benchmark Logistik teilte zunächst Herr Stefan Blohm, Heilbronner Stimme, seine Erfahrungen im Bereich der Akquise/Gewinnung/Bindung von Vollzeitzustellern und den Gehaltsstrukturen von Vollzeitzustellern mit den Teilnehmer der Sitzung. Anschließend stellte Herr Christian Friske die aktive Mitarbeiterbindung in der Zustellung bei der Südwest Presse vor. Herrn Tobias Konrad, Mediengruppe Oberfranken, brachte den Teilnehmern „zusie“ näher, eine Zustellerapp für die mobile Zeiterfassung und Qualitätssicherung.

Weitere Tagesordnungspunkte waren: Aktuelles aus Rechtsprechung und Medienpolitik, Round Table und Vorbesprechung der Vermarktungstagung 2019.

4.2. Arbeitsgruppe Benchmark / Logistik

Im Berichtsjahr hatte sich die innerhalb des VSZV-Vertriebsausschusses im Vorjahr gegründete Arbeitsgruppe Benchmark Logistik zum wiederholten Mal damit befasst, Kennzahlen für ein Benchmarking im Bereich der Logistik weiter zu entwickeln und auf diese Weise weitere Ansatzpunkte zur Optimierung der Logistikorganisationen zu finden.

Die erste Kennzahlenabfrage fand im Sommer 2018 statt, etwa 20 % der VSZV-Mitgliedsverlage haben sich an dieser Abfrage beteiligt.

Die Arbeitsgruppe entschied in der am 11. September 2019 in Freiburg stattgefundenen Sitzung des Logistischen Benchmark, die Benchmarkabfrage zukünftig weiterhin einmal jährlich durchzuführen, mit dem Ziel in ca. 5 Jahren valide Vergleichswerte zu vergangenen Zeiträumen zu erlangen, die die Entwicklung in der Zeitungszustellung nachvollziehbar machen. Die erneute Durchführung der Erhebung brachte den teilnehmenden Verlagen neue Erkenntnisse und zeigte, an welcher Stelle noch Optimierungsbedarf bestehe. Eine Fortsetzung der Benchmarkabfrage wurde daher für sinnvoll erachtet.

5. Fachausschüsse Digitale Medien

5.1. Sitzungen des VSZV-Ausschusses Digitale Medien im Jahre 2019

Der Ausschuss Digitale Medien tagte im Berichtsjahr unter dem Vorsitz Thomas Brackvogel, Neue Pressegesellschaft, Ulm (bis Mai 2019) und nach Übergabe des Vorsitzes (ab Juni 2019) an Martin Wilhelm, Heidenheimer Zeitung, viermal.

Zu Beginn aller Ausschusssitzungen berichten die Ausschussteilnehmer über die relevante Entwicklungen in Ihren Häusern.

5.1.1. In der ersten Sitzung am 06. Februar 2020 befasste sich der Ausschuss im Besonderen mit den Themen

- Paid Content – „Update Paywalls“: Die Frage wie die Monetarisierung der immer zahlreicher werdenden digitalen Angebote der Zeitungverlage gelingen kann, ist unverändert eines der entscheidenden Themen der digitalen Transformation.
- Südkurier – Projekt SHIFT: In einem sehr umfangreichen Vortrag berichtete Mathias Kiechle, Head of Online Management des SÜDKURIER über die Konzeptvorstellungen des Verlages zur Umsetzung digitalen Transformation.

5.1.2. In der zweiten Sitzung am 10. April 2019 an der Hochschule der Medien in Stuttgart-Vaihingen ging es um das Thema „Kompetenz für das digitale Jahrhundert“, so im Besonderen um die Frage, wie Hochschulen und Ausbildungsbetriebe die für die Bewältigung der digitalen Transformation notwendigen Kenntnisse vermitteln können und wie Startups zur Entwicklung neuer Unternehmensprojekte mit interessierten Firmen in Kontakt gebracht werden können. Die Themenreferate:

- Begrüßung durch **Prof. Dr. Boris Alexander Kühnle**, Studiendekan Medienwirtschaft, CREAM Institute for Creative Industries and Media Society
- Kompetenzen für das digitale Jahrhundert, **Prof. Dr. Alexander W. Roos, Rektor**
- News Globe – Nachrichten für Kinder spannend erzählen **Prof. Christof Seeger**, Studiendekan Cross-media Publishing & Management, IAAI Institute for Applied Artificial Intelligence
- Digital Literacy: Welche Fähigkeiten werden benötigt und wie arbeiten wir daran? **Prof. Dr. Wolfgang Gruel**, Studiengang Medienwirtschaft, MODI Institute for Mobility and Digital Innovation

- Lebenslanges Lernen, an der HdM, mit der HdM, **Martina Sach**, Leiterin des HdM-Weiterbildungszentrums und **Prof. Dr. Nils Högsdal**, Prorektor, Lehrgebiet Finance & Entrepreneurship und Prorektor Innovation
- HdM erleben – ein Rundgang mit stop-over in der HdM Sandbox (Startup/Entrepreneurship-Kultur an der HdM) und im edit.lab (digitaler, crossmedialer Journalismus an der HdM, präsentiert durch **Johanna Kutter**, HdM Startup Center

5.1.3. In der dritten Sitzung des Gremiums am 24. Juli 2019 und der ersten Sitzung unter der Leitung des neugewählten Vorsitzenden Marin Wilhelm, Heidenheimer Zeitung, standen folgende Themen auf der Tagesordnung:

- Medienneutrale Redaktionssysteme: Erfahrungsaustausch
- Planungen für eine weitere Reise des Fachausschusses zu „Innovationszentren“
- Webtracking“ – Planungen des BDZV zu einem Gespräch mit Vertretern der Datenschutzkonferenz (DSK)

Vor dem Hintergrund der erwarteten europäischen ePrivacy Verordnung, die erhebliche Auswirkungen für die Vermarktung der Digitalangebote der Zeitungsverlage befürchten lässt (siehe hierzu näheres im Kapitel IV Medienpolitik Ziff. 7), wurde erörtert, wer den VSZV innerhalb des BDZV-Teilnehmerkreises vertreten könnte und welche Argumente aus Sicht der Arbeitsgruppe dort besonders berücksichtigt werden sollten.

5.1.4. Die vierte Sitzung des Jahres 2019 fand am 26. November 2019 wiederum in Stuttgart statt. Aufgrund der Tatsache, dass die Themen die Mitglieder sowohl des übergeordneten Fachausschusses Digitale Medien als auch die der Arbeitsgruppe Datenschutzgrundverordnung (AG DS GVO) gleichermaßen betreffen, beschloss man beide Gremien zu einer gemeinsamen Sitzung zusammen zu führen.

Gegenstand der Sitzung war:

- Sachstandsentwicklung ePrivacyVO und TMG (Referent: Ralf Wetzel, VSZV)
- ePrivacyVO oder doch (noch) nicht? Lösungsansätze über Consense Management Plattformen
Lösungsansätze und Hintergrundinformationen von:
 - Heiko Staab, Director Business Development, Traffactive, München
 - Lothar Krause, Geschäftsführer der deutschen Niederlassung von Sourcepoint in Berlin
- Consense Management oder nicht? Welche Schritte haben die Mitglieder bisher unternommen?

Mittlerweile hatte der BDZV zwei Gesprächsrunden (am 26. August und 21. Oktober 2019) mit Vertretern der Landesdatenschutzbehörden / der Datenschutzkonferenz (DSK) geführt, in denen der VSZV durch einen Vertreter der AG DS GVO beteiligt war. Ziel war es, die unterschiedlichen Auffassungen von Datenschutzbehörden und Verlagen einander gegenüberzustellen und zu ermitteln, ob es eine Annäherung zwischen den Vertretern unterschiedlichen Rechtsauffassungen geben kann. Es sollte in diesem Zusammenhang darum gehen, abzuwägen auf welcher Rechtsgrundlage künftig Nutzerdaten an Drittanbieter (Google, Facebook, Werbenetzwerke als sog. Third Party-Anbieter) weitergeleitet werden können. Die Gespräche gestalteten sich allerdings schwierig, eine Annäherung der Standpunkte gelang im Berichtsjahr noch nicht. Vor diesem Hintergrund suchen die Verlage den Kontakt zu sog. Consent Management Plattform-Anbietern, um mit diesen rechtskonforme und möglichst nutzerfreundliche Anwendungsstandards zu erarbeiten, wie künftig Lösungen zum Erhalt von Einwilligungen zur Verwendung (automatisiert generierter) Nutzerdaten aussehen könnten.

5.2. Arbeitsgruppe Datenschutzgrundverordnung

Die seit September 2017 bestehende Arbeitsgruppe DS GVO führte unter der Leitung des Vorsitzenden Martin Wilhelm (Heidenheimer Zeitung) im Jahre 2019 fünf Präsenzsitzungen und eine Telefonkonferenz durch.

Einer der Schwerpunkte der Sitzungen des ersten Halbjahres war die Fortsetzung der bereits im Spätsommer des Jahres 2018 begonnenen Arbeiten zur Etablierung der **VSZV-Wissensdatenbank Datenschutz**, die zum Ende Mai des Jahres 2019 zum Abschluss gebracht werden konnten, es sei hierzu auf den ausführlichen Bericht des AG Vorsitzenden Martin Wilhelm und David Pfau, AGOR AG, anlässlich der Mitgliederversammlung am 17. Mai 2019 in Bad Mergentheim verwiesen, siehe oben, Ziff. 1.6.

5.2.1. In der ersten Sitzung des Berichtsjahres, am 29. Januar 2019 standen folgende Themen auf der Agenda:

- Datensicherheit in Medienunternehmen: „Technische und organisatorische Maßnahmen - IT Organisation in Medienunternehmen“ Referent: Robert Dorsch, Dorsch Informationssicherheit UG, Karlsruhe
- Aus den Häusern: Aktuelle Fälle zum Datenschutzrecht
- Fortsetzung der Diskussion um die Entwicklung einer Handreichung zur Umsetzung der DS GVO (Datenschutzverhaltensregeln entsprechend den Vorstellungen des Verbandes Österreichischer Zeitungsver-

leger, VÖZ DSV). Vertragsdetails zur Erstellung der VSZV Wissensdatenbank Datenschutz

- Erfahrungen der Verlagshäuser bei der Erstellung von Löschkonzepten nach DS GVO und Stand der technischen Umsetzung Teil 1

5.2.2. In der zweiten Sitzung des Jahres, am 14. März 2019 wurden folgende Themen behandelt

- Bericht aus den Häusern, aktuelle Fälle, vor allem Auskunftersuchen des Landesbeauftragten für Datenschutz
- Sachstand: VSZV Wissens-Datenbank Datenschutz, weiteres Vorgehen
- Erfahrungsaustausch: Die Zusammenarbeit mit externen Datenschutzbeauftragten und die praktische Umsetzung von Maßnahmen nach AG DS GVO
- Erfahrungsaustausch II: Umsetzung DS GVO gerechter Löschkonzepte Teil 2

5.2.3. In einer Telefonkonferenz am 11. April 2019 beriet die AG DS GVO die abschließenden Maßnahmen zum Abschluss der Arbeiten an der VSZV Wissensdatenbank Datenschutz. Das Datenbankmodell sollte am 17. Mai in der VSZV-Mitgliederversammlung vorgestellt werden. Darüber hinaus befasste man sich mit verschiedenen datenschutzrechtlichen Fällen aus der Verlagspraxis.

In der Sitzung am 4. Juni 2019 ging es um folgende Themen:

- Begrüßung neuer AG-Mitglieder: Rudolf Stein, MHS Digital GmbH und Nicole Grohmann, Heidenheimer Zeitung, nahmen ihre Tätigkeit im Gremium auf.
- Berichte aus den Häusern, Erörterung aktueller Rechtsfälle und Rechtsentwicklungen: Das „Strache Video / die Ibiza Affäre (Österreich)“ und dessen datenschutzrechtliche Einschätzung durch den Landesbeauftragten für Datenschutz Baden-Württemberg
- Webtracking: Geplante Gespräche des BDZV mit Vertretern der Landesdatenschutzbehörden in der Datenschutzkonferenz (DSK) zum künftigen Umgang mit der Nutzerdatenerhebung bei werbefinanzierten Angeboten im Online-Zeitungsbereich
- VSZV Wissensdatenbank Datenschutz: Sachstand nach dem offiziellen Start zum 1. Juni 2019
- Startup Projekt „Contentpass“: Sind Consent-Modelle geeignet, die sich abzeichnenden datenschutzrechtlichen Fragestellung bei der Verwendung von Nutzerdaten zur Einspielung personalisierter Werbung zu lösen?
- Erfahrungsaustausch: Fortsetzung der Diskussion zur Umsetzung DS GVO-gerechter Löschkonzepte Teil 3

- Erfahrungsaustausch: Löschverpflichtung bei „alten“ Werbeeinwilligungen

5.2.4. In der Sitzung **am 24. September 2019 in Stuttgart** ging es im Schwerpunkt um die Thematik **Web-tracking** und die Erkenntnisse aus dem ersten Gespräch des BDZV mit den Vertretern der Landesbeauftragten für den Datenschutz innerhalb der DSK am 26. August 2019: Es wurde erkennbar, dass sich die Situation für Verlagshäuser unterschiedlicher Größenordnung ganz verschieden darstellen wird, wenn verbindliche Entscheidungsgrundsätze durch Gerichte oder Vorgaben der zu erwartenden ePrivacyVO oder durch die Landesbeauftragten für den Datenschutz gemacht werden. Die Thematik wurde aus unterschiedlichen Blickwinkeln diskutiert. Darüber hinaus standen routinemäßig folgende Themen an:

- Aktuelle Rechtsfälle
- Update: VSZV Wissensdatenbank Datenschutz, neu aufgenommene Inhalte

5.2.5. Die letzte Gremiensitzung des Jahres erfolgte am 29. November 2019 gemeinsam mit dem Fachausschuss Digitale Medien in Stuttgart, hinsichtlich der Inhalte darf auf die Ausführungen **oben zu Ziff. 5.1.4.** verwiesen werden.

Ergänzt wurde die Arbeit des Gremiums durch eine Vielzahl von Sonderrundschreiben, mit denen zeitnah über die aktuelle Rechtsentwicklung sowie Fälle aus der Rechtsprechung berichtet wurde.

6. VSZV-Vermarktungstagung 2019

Die VSZV-Vermarktungstagung stieß im Berichtsjahr wieder auf große Resonanz:

Auf Einladung der SÜDWEST Presse Hohenlohe nahmen knapp 100 Verantwortliche aus den Bereichen Anzeigen und Vertrieb im Kinosaal der Bausparkasse Schwäbisch Hall Platz, um auf großer Leinwand ein breitgefächertes und voll gepacktes Tagungsprogramm präsentiert zu bekommen.

Der erste, auf Anzeigenleiter ausgerichtete Teil der Tagung begann am Nachmittag des 29. Oktober mit einem kurzen Überblick über die Entwicklung des Anzeigenmarktes durch den Vorsitzenden des VSZV-Anzeigenausschusses, Herrn Dr. Sabathil.

Anschließend berichteten Herr Körting, Reutlinger General-Anzeiger und Frau Boßhammer, Schwäbische Zeitung, von den Aktivitäten der Advise-Akademie und stellten den Teil-

nehmern gleichzeitig Frau van Bank als zukünftige Nachfolgerin von Frau Boßhammer vor, die sich zukünftig beruflich neuen Aufgaben widmen wollte. Herr Schaible, UPGRADE MEDIA GmbH, überzeugte die Teilnehmer sodann mit seinem Vortrag zur Customer Centricity bei regionalen Medienhäusern, worunter man ein Vertriebs- und Marketingkonzept versteht, das den Kunden und nicht das Produkt in den Mittelpunkt des Interesses rückt, wobei wichtig sei zu verstehen, mit welchen Problemen und Herausforderungen sich die Werbekunden von heute beschäftigen müssen. Im Folgenden sprach Herr Szász von Smartshop Strategies (Berlin) dann in seinem Vortrag zum Thema „Google for Jobs“ darüber, wie dieses Tool tatsächlich funktioniert und vor welche weiteren Herausforderungen die Zeitungsverlage damit gestellt werden. Zudem ging er auf die Auswirkungen ein, die diese Erweiterung des Google-Angebots auf den Markt hat. Herr Dr. Sabathil berichtete sodann in Vertretung der kurzfristig an der Kongressteilnahme verhinderten Referentin, Frau Tischer, Zeitungsmarktforschung Gesellschaft der deutschen Zeitungen (ZMG) mbH, über neue Entwicklungen in der ZMG. Herr Maron, Ludwigsburger Kreiszeitung, berichtete abschließend von der erfolgreichen Vorstellung des Anzeigenbenchmarks auf der VBZV-Vermarktertagung, die am 8. November 2019 in Immenstadt im Allgäu stattfand und dazu genutzt wurde, das Benchmarking über die baden-württembergischen Landesgrenzen hinaus zu bewerben, was mit der erstmaligen Teilnahme fünf neuer Zeitungsverlage aus Bayern gut gelungen ist.

Nach Ende des ersten Tages kamen die Teilnehmer der Tagung zu einem gemeinsamen Kollegenabend zusammen, der mit einer Nachtwächterführung durch die historische Altstadt begann und im Neubausaal mit schwäbisch-hällischer Kost seinen Ausklang fand.

Am Morgen des 30. Oktober fand der gemeinsame Tagungsteil statt, der übergreifende Themen in den Blick nahm. Nachdem Herr Dr. Sabathil das Fitnessstudio von Schwäbisch Media vorgestellt hatte, machte Herr Lorz, Geschäftsführer und Head of Expertise, OB//CC online business & communication GmbH & Co. KG, die Teilnehmer der Tagung damit vertraut, wie Schulen und Verlage von der Digitalisierung am Beispiel der OBCC Classroom des Parzeller Verlages in Fulda profitieren können. OBCC Classroom wurde dabei als eine Bildungsplattform der Zukunft dargestellt, in der Medien eine ganz zentrale Rolle spielen und mit der ein neues Ökosystem für bildungsrelevante Inhalte und darin für Verlage geschaffen wird, Geschäftsmodelle auf Blockchainbasis zu nutzen. Herr Dr. Simon Geisler, Leiter Business Development & Marketing von der Stuttgarter Zeitung, brachte den Teilnehmern das Produkt „Crimemap“ der Stuttgarter Zeitung und Stuttgarter Nachrichten näher und erläuterte hieran wie künstliche

Intelligenz und Journalismus funktionieren können. Nach einer kurzen Kaffeepause stellte Herr Peter Regnery, Agentur Leagas Delaney, Hamburg, gemeinsam mit Herr Jürgen Stegmaier, stellvertretender Chefredakteur der SWP Schwäbisch Hall, den Teilnehmern vorab die VSZV-Imagekampagne „Journalismus zeigt Gesicht“ vor, welche von fast allen VSZV-Mitgliedsverlagen mitgetragen und im November 2019 an den Start gehen sollte. Der erste Block des zweiten Veranstaltungstages wurde sodann mit einem Vortrag von Frau Dr. Christina Blanken, Rechtsanwältin in der Reutlinger Kanzlei VOELKER & Partner, zum Thema „Cookie-Banner: DSGVO und vielleicht zukünftig e-Privacy-Verordnung?“ abgeschlossen und wobei sie näher erläuterte, auf welche Besonderheiten geachtet werden müsse.

Ein interessantes wie abwechslungsreiches Tagungsprogramm bot sich auch den Vertriebsleitern am Nachmittag des 30. Oktober:

So stellten Herr Prof. Dr. Oliver Schwarz von der Hochschule Heilbronn gemeinsam mit Herr Peer Ley, SWP Hohenlohe, eine Prognose von Kündigungswahrscheinlichkeiten für den Lesermarkt am Beispiel der SÜDWEST PRESSE Hohenlohe, das sog. „Data Mining“ vor. Anschließend folgte Herr Eggert, BDZV mit einem Bericht aus Berlin, der den Teilnehmern der Sitzung einen Überblick über die aktuellen medienpolitischen Themen auf Bundesebene, insbesondere die neuesten Entwicklungen im Bereich der Infrastrukturförderung in der Zeitungszustellung näherbrachte. Nach einer Kaffeepause verschaffte Herr Erzkamp, FUNKE MEDIEN GRUPPE den Teilnehmern mit seinem Vortrag zum Thema „Optimierung der Zeitungszustellung: Optimale Verkehrsmittel, KPI, Auslastung von Zustellstrukturen“ einen Einblick in die Arbeitsweisen des Essener Medienkonzerns. Zuletzt vermittelten Herr Alexander Bachmann und Herr Lukas Bruns aus dem Ravensburger Medienhaus Schwäbisch Media wie Personalarbeit in Zustellgesellschaften, bspw. unter Einsatz künstlicher Intelligenz, namentlich dem Whatsapp-Bot „Alex“ aussehen kann.

7. VSZV-Gattungsmarketing

Im Berichtsjahr 2019 wurde unter der Federführung von Rainer, Wiesner, Südkurier, die im Jahr 2018 auf den Weg gebrachte VSZV-Imagekampagne weiterentwickelt und mit Starttermin am Mittwoch, den 6. November 2019 in die Öffentlichkeit getragen. Am Folgetag fand ein Medienpolitischer Kongress der Landesregierung und am 8. November der Landespresseball statt, die ebenfalls dazu genutzt wurden, auf die Kampagne und damit auf den Wert des Qualitätsjournalismus in der Öffentlichkeit aufmerksam zu machen. Der Verband war auf beiden Veranstaltungen prä-

sent und gewährleistete so eine maximale Aufmerksamkeit bei einschlägigen Multiplikatoren.

Die wesentliche Botschaft der Kampagne lautet: Ohne Qualitätsjournalismus keine Demokratie. Fast alle Tageszeitungsverlage in Baden-Württemberg nahmen an dieser Haltungskampagne teil und brachten zeitgleich Zeitungen mit blauen Titelseiten und den Abbildungen zahlreicher Akteure – den Gesichtern des Journalismus – die hinter den täglichen Berichterstattungen stecken, heraus. Mit dieser Form des Gesichtzeigens sollte Vertrauen, Nähe, Ehrlichkeit und Transparenz als die wesentlichen Säulen der demokratischen Gesellschaft geschaffen werden, die sich durch Qualitätsjournalismus manifestieren. Diese werbetbasierte Kampagne, die die Leistungen des Journalismus für die Gesellschaft in den Fokus rückte, hatte eine klare Botschaft an die Baden-Württemberger:

In Zeiten von Fake News, Filterblasen und erstarkendem Rechtspopulismus ist Vertrauen in solide Recherche und unabhängige Berichterstattung die Währung der Zukunft. „Weltweit würden Pressefreiheit, Meinungsfreiheit und Religionsfreiheit angegriffen und auf verschiedenste Weise bedroht“, so der Vorsitzende des VSZV, Valdo Lehai jr. Er betonte, „dass die Kampagne deutliche Zeichen setzt verlässlichen Qualitätsjournalismus zu stärken und diesem ein Gesicht zu geben. Vor dem Hintergrund des geänderten Mediennutzungsverhaltens und der Intransparenz des ständig wachsenden Informationsflusses aus sozialen Medienplattformen, der die Grenze zwischen Lüge und Wahrheit oftmals nicht mehr unterscheidbar mache, sei es zwingend erforderlich, dass geprüfte valide Informationen auch nachvollziehbar den Quellen und ihren jeweiligen Vertretern zugeordnet werden könnten.“

Rainer Wiesner, der als VSZV-Vorstandsmitglied für den Vorstand die Koordination der Kampagne verantwortet hatte, erklärte: „Wir wollen den Bürgerinnen und Bürgern zeigen, welchen Wert unsere Berichterstattung für sie vor Ort hat. Durch die Wertschätzung von unabhängigem Journalismus und die Nutzung von Qualitätsmedien kann jeder einzelne dafür sorgen, dass sich die Gesellschaft in der wir leben mit all ihren Werten demokratisch weiterentwickeln kann.“

Die Idee für die Haltungskampagne stammt von der Werbeagentur Leagas Delaney Hamburg. Zum Kampagnen-Kick-off am 6. November erschienen die Titelseiten von mehr als 40 regionalen Tageszeitungen mit einem ganzseitigen Bekenntnis der jeweiligen Redaktion zum Qualitätsjournalismus. Die Botschaft: „Damit Sie klar sehen, schauen wir genauer hin.“

Dabei wurden die Redakteure der Tageszeitungstitel, die dem VSZV angehören, als Botschafter in die Bewegung mit eigenen Statements zum Thema miteinbezogen. Hierfür nutzten sie alle zur Verfügung stehenden Kanäle und

warben bei Podiumsdiskussionen und anderen Veranstaltungen für ihre wichtige Arbeit.

Die Koordination der Kampagne wurde über das Kampagnenbüro und Markus Ruppe in Frankfurt abgewickelt.

8. Veränderungen in der VSZV Geschäftsstelle

VSZV-Justizariat

Ende Februar 2019 nahm Frau Rechtsanwältin Jolante Fauser ihre Tätigkeit in der Geschäftsstelle auf. Sie verstärkt das Justizariat des VSZV, nachdem Fr. Dr. Bernadette Fuchs ab März ihre Elternzeit angetreten hat.

Frau Fauser war zuletzt in einer Rechtsanwaltskanzlei tätig, die unter anderem im gewerblichen Rechtsschutz ihren Tätigkeitsschwerpunkt hatte. Vor Ihrer Tätigkeit als Anwältin war sie in einer großen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft beschäftigt.

Zum Jahreswechsel 2019/2020: Rechtsanwalt Dr. Holger Paesler wird neuer Geschäftsführer beim Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e. V. (VSZV)

Rechtsanwalt Dr. Holger Paesler wurde zum 1. Januar 2020 als neuer Geschäftsführer des Verbandes Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V. (VSZV) berufen. Er folgt

auf Rechtsanwalt Stephan Bourauel, der sich im besten Einvernehmen neuen Aufgaben widmen wird. Dieser steht dem Verband aber weiter beratend zur Verfügung.

Der 49-jährige Jurist und Betriebswirt Dr. Paesler war zuletzt zehn Jahre Geschäftsführer der Verlagsgruppe Ebner in Ulm und dort maßgeblich für die Zeitungsbeteiligungen der Gruppe in Baden-Württemberg und Brandenburg verantwortlich. Zuvor war er als Geschäftsführer des Verbandes Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV) und der Medienbeteiligungsgesellschaft MBT in München sowie als Leiter Medienpolitik beim Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) in Bonn, Berlin und Brüssel tätig.

Valdo Lehari, Vorsitzender des VSZV: „Meine Kollegen im Vorstand und ich freuen uns sehr, dass wir mit Dr. Holger Paesler einen ausgewiesenen Fachmann für den Verband gewinnen konnten. Er weiß, was die Verlage heute brauchen, um die Herausforderungen der Digitalisierung zu bewältigen und er kann nachweislich einen Verband führen. Wir sind sicher mit Herrn Dr. Paesler künftig einen Geschäftsführer im Verband zu haben, der die Zeitungsverlage im Südwesten und deren Onlinegesellschaften bei der Transformation in die digitale Zukunft kompetent begleiten wird.“

Zugleich danken wir Herrn Rechtsanwalt Stephan Bourauel für die in über zwanzig Jahren mit großem Engagement und Erfolg geleistete Tätigkeit als Geschäftsführer unseres Verbandes. Lehari wünscht ihm für seine neuen Tätigkeiten alles Gute.

III. RECHT UND SOZIALPOLITIK



1. Amts- und Stadtblätter der Kommunen

1.1. Amts- und Stadtblätter der Kommunen, weitere Rechtsprechung

Zahlreiche Kommunen gestalten ihre Amtsblätter immer presseähnlicher und betreiben ausufernde Öffentlichkeitsarbeit in gedruckter Form, aber auch auf Online-Portalen. Der Bundesgerichtshof hat in einem Grundsatz-Urteil zum Crailsheimer Amtsblatt vom 20. Dezember 2018, Az. I ZR 112/17, diesen Aktivitäten erfreulicherweise deutliche und klare Grenzen gesetzt.

Die rechtlichen Auseinandersetzungen um die Informationsangebote von Kommunen und kommunalen Betrieben, die in Konkurrenz zu den Angeboten der Zeitungsverlage treten, rissen dennoch auch im Berichtsjahr 2019 nicht ab.

So entschied beispielsweise das OLG Stuttgart mit Urteil vom 28. Mai 2019, Az. 4 U 180/17, dass kein Verstoß gegen das Gebot der Staatsferne vorliege, soweit das Amtsblatt einer Stadt nur punktuell und nicht in seiner Gesamtbetrachtung ein funktionales Äquivalent zu einer privaten Zeitung darstellt.

Begründet wurde das Urteil mit Verweis auf die jüngste Rechtsprechung des BGH (s. oben – Az. I ZR 112/17) damit, dass es gestattet ist, in kommunalen Medien über die Verwaltungstätigkeit zu berichten und aktuelle Themen aufzugreifen. Derartige Berichte dürfen aber in ihrer Ausgestaltung nicht presseähnlich sein. Es hat insoweit eine wertende Gesamtbetrachtung der vollständigen Ausgabe im Hinblick darauf stattzufinden, ob das Amtsblatt ein Pressesubstitut darstellt. Insoweit mögen zwar bestimmte Artikel des Amtsblatts die Grenzen der Staatsferne überschreiten. Das kann jedoch nicht als ausreichend angesehen werden, um von einem Rechtsverstoß auszugehen und die Veröffentlichung des Amtsblatts im Ganzen oder in Teilen zu verbieten.

Ein weiteres interessantes Urteil in diesem Zusammenhang war das Urteil des OLG Nürnberg vom 25. Juni 2019, Az. 3 U 821/18, i.S. Amtsblatt der Gemeinde Veitsbronn.

Der Teil des Urteils, der sich mit der Frage beschäftigt, was ein Amtsblatt darf und was nicht, wurde auf der Basis der BGH-Entscheidung zum Crailsheimer Amtsblatt sehr gut und überzeugend begründet. Das OLG Nürnberg setzte in seiner Entscheidung das Urteil des BGH i.S. Amtsblatt Crailsheim aus dem Dezember 2018 konsequent und in der Sache zutreffend um.

Dies gilt sowohl mit Blick auf die prozessualen Fragen (Zulässigkeit des Antrages)

wie auch bzgl. der wettbewerbsrechtlichen Vorfragen (Bestehen eines Wettbewerbsverhältnisses, Vorliegen einer geschäftlichen Handlung).

Der Senat fasste seine Bewertung dabei wie folgt zusammen:

„Sowohl nach der Aufmachung des Gemeindeblatts insgesamt als auch der Gestaltung und dem Inhalt einzelner grenzüberschreitender Beiträge – die nicht nur vereinzelte Verstöße betreffen, sondern einen nicht unerheblichen Raum in dem Gemeindeblatt einnehmen – und in dem erheblichen Anzeigenumfang werden die Grenzen, die der Bundesgerichtshof in seiner Entscheidung Crailsheimer Stadtblatt II aufgestellt hat, überschritten“.

Unter Würdigung dieser Einzelumstände kam das OLG Nürnberg zu dem Ergebnis, dass mit Blick auf die inkriminierte Ausgabe des Veitsbronner Amtsblattes „eine die Presse substituierende Veröffentlichung“ vorliege.

Damit wurden den Kommunen nochmals eindrücklich die Grenzen kommunaler Öffentlichkeitsarbeit vor Augen geführt.

1.2. VSZV-Informationsveranstaltung zum Thema „Amtsblätter“

Am 4. April 2019 fand eine Informationsveranstaltung zum Thema „Amtsblätter“ im Haus der Wirtschaft statt. Herr Rechtsanwalt Dr. Rath-Glawatz informierte insbesondere über das richtungsweisende Urteil des BGH i.S. Crailsheim und die sich hieraus ergebenden Rechtsfolgen und stand den VSZV-Mitgliedsverlagen für Fragen, etwa zu Kooperationsmöglichkeiten, zur Verfügung.

2. Tarifverträge Redakteure/Redakteurinnen an Tageszeitungen

2.1. Tarifsituation Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen: GTV

Der BDZV und die Gewerkschaft Deutscher Journalisten-Verband (DJV) hatten sich nach sieben Verhandlungsrunden schon am 2. Juli 2018 in Hamburg auf einen neuen Gehaltstarifvertrag (GTV) für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen geeinigt. Der Abschluss wurde von der Gewerkschaft ver.di nicht mitgetragen. Eine Fortführung der Tarifverhandlungen mit der dju in ver.di kam für den BDZV nur auf Basis der mit dem DJV verhandelten

Volumina in Betracht. Zu einer weiteren Annäherung der Standpunkte kam es im Berichtsjahr 2019 nicht.

2.2. Tarifvertrag über die Altersversorgung für Online-Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen

Zum Jahresende, am 17. Dezember 2018 einigten sich BDZV und DJV auf den im Tarifabschluss vom 2. Juli 2018 vereinbarten „Tarifvertrag über die Altersversorgung für Redakteurinnen und Redakteure mit dem Schwerpunkt Online-, Audio- und audiovisuelle Berichterstattung an Tageszeitungen“.

Im Gegensatz zum seit Jahren geltenden allgemeinverbindlichen Altersversorgungs-Tarifvertrag für die Printredakteure an Tageszeitungsverlagen wurde im Zuge des Zusammenwachsens von Print und Online erstmals eine tarifvertragliche Altersversorgung für Online-Redakteure basierend auf einer betrieblichen Entgeltumwandlung geschaffen. Auch dieser Tarifvertrag ist allein mit dem DJV, nicht aber mit der dju in ver.di, vereinbart worden, so dass auch ausschließlich DJV-Mitglieder einen Anspruch darauf haben.

Die an das Versorgungswerk der Presse zu entrichtenden Beiträge betragen 8 v.H. der jeweiligen Bemessungsgrundlage und werden von Verlag und Redakteur/in je zur Hälfte geschuldet (§ 11 des Tarifvertrages).

Dem neuen Tarifvertrag unterfallen Redakteure, die ab dem 1. Juli 2018 in einem tarifgebundenen Tageszeitungsverlag angestellt sind oder eingestellt wurden und im Schwerpunkt für Online-, Audio- und audiovisuelle Berichterstattung tätig sind, wenn sie nicht bereits durch den am 1. Januar 1999 abgeschlossenen Tarifvertrag für die Altersversorgung der Printredakteure „freiwillig“ versichert sind.

3. Tarifverhandlungen für die Angestellten der Zeitungsverlage

3.1. Gehaltstarifvertrag für die Angestellten der Zeitungsverlage Baden-Württemberg

Die Gewerkschaft ver.di hatte bereits mit Schreiben vom 17. Juli 2018 den Gehaltstarifvertrag für die Angestellten der Zeitungsverlage in Baden-Württemberg fristgerecht zum 31. August 2018 gekündigt. Für den Neuabschluss forderte die Gewerkschaft die Erhöhung der Gehälter und Ausbildungsvergütungen ab dem 1. September 2018 um 5,0 Prozent für eine Laufzeit von 12 Monaten.

Wie in den vergangenen Jahren praktiziert, wartete der VSZV zunächst den Abschluss des Gehaltstarifvertrages für die Angestellten der Druckindustrie in Baden-Württemberg ab, um die dort erzielten Ergebnisse für die Angestellten der Zeitungsverlage – nach Zustimmung der VSZV-Mitglieder – zu übernehmen. Der Verband Druck und Medien Baden-Württemberg (dmpi) wiederum hat dem Bundesverband Druck und Medien (bvdm), Berlin, Handlungs- und Abschlussvollmacht für den Abschluss des Lohntarifvertrages für die gewerblichen Arbeitnehmer erteilt. Die Ergebnisse der Verhandlungen auf Bundesebene werden mithin vom dmpi für die Angestellten übernommen, womit diese auch mittelbar für die Angestellten der Zeitungsverlage Baden-Württemberg Relevanz haben werden.

Seit dem 17. September 2018 führten der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) und die Gewerkschaft ver.di Tarifverhandlungen über ein neues Lohnabkommen sowie eine Reform des Manteltarifvertrages (MTV) für die gewerblichen Arbeitnehmer der Druckindustrie, welchen der Verband Druck und Medien Baden-Württemberg (dmpi) mit Wirkung zum 30. September 2018 gekündigt hatte.

Bis zur 6. Verhandlungsrunde am **30. Januar 2019** konnten sich Arbeitgeber und Gewerkschaft nicht auf ein neues Lohnabkommen einigen. Die Arbeitgeber erneuerten ein bereits in der 4. Verhandlungsrunde vorgelegtes Angebot, das folgende Eckdaten enthielt:

- Einmalzahlung i. H. v 200 € im November 2018
- 2,4 Prozent Lohnerhöhung zum 1. April 2019
- 1,4 Prozent Lohnerhöhung zum 1. April 2020
- Einmalzahlung i. H. v 200 € im Februar 2021
- Laufzeit von 30 Monaten bis Ende Februar 2021

Die Arbeitgeber hatten dieses Angebot mit der Forderung nach einem verbindlichen Fahrplan zur Reform des MTV verknüpft, äußerten jedoch ihre Bereitschaft, den MTV für bestehende Arbeitsverhältnisse wieder in Kraft zu setzen und über eine Neufassung für neue Arbeitsverhältnisse zu verhandeln.

Die Gewerkschaft verweigerte sich jedoch einer Verhandlung über eine Reform des MTV und hatte zuletzt eine Lohnerhöhung von 2,7 Prozent bei einer Laufzeit von 12 Monaten bzw. alternativ Erhöhungen um insgesamt 5,1 Prozent für 24 Monate gefordert. Die Verhandlungen wurden danach zunächst ergebnislos beendet.

Der bvdm hatte den tarifgebundenen Betrieben der Druckindustrie sodann **Ende Februar 2019** empfohlen, die Löhne und Gehälter freiwillig vorab zum 1. März um 1,8 % zu erhöhen und die Gewerkschaft zur Rückkehr an den Verhandlungstisch aufgefordert.

Der **VSZV-Vorstand hatte am 12. März 2019** in einer Telefonkonferenz über die Tarifsituation beraten und beschlossen, sich der einseitigen Tarifempfehlung, die der bvdM für die gewerblichen Arbeitnehmer der Druckindustrie ausgesprochen hat, anzuschließen und diese Tariferhöhung für die unter den Anwendungsbereich des Tarifvertrages über Gehälter und Ausbildungsvergütungen für die Angestellten der Zeitungsverlage Baden-Württemberg fallenden Mitarbeiter, ebenfalls zu empfehlen. Die Durchführung durch den Verlag sollte somit freiwillig und im Wege einer Gesamtzusage an die dem Tarifvertrag für Angestellte der Zeitungsverlage unterworfenen Mitarbeiter geschehen, und zwar in der Form einer monatlich anrechenbaren übertariflichen Zulage i.H.v. 1,8 % brutto.

Die **Verhandlungen der Druckindustrie wurden schließlich am 9. April 2019 fortgesetzt**. In den Tarifverhandlungen für die Beschäftigten der Druckindustrie über ein neues Lohnabkommen sowie eine Reform des Manteltarifvertrages (MTV) konnten bvdM und ver.di am 9. April 2019 in der mittlerweile siebten Verhandlungsrunde einen Fortschritt verzeichnen. Nach intensiver Diskussion hielten es beide Tarifvertragsparteien für möglich, zeitgleich mit dem Abschluss eines neuen Lohnabkommens den MTV für eine begrenzte Zeit wieder in Kraft zu setzen. Während dieser Zeit wollten der bvdM und ver.di intensiv über eine Modernisierung des Tarifwerks verhandeln.

Nach monatelangen, schwierigen Verhandlungen hatten sich die Tarifpartner nunmehr **am 3. Mai 2019 in Frankfurt gegen 5 Uhr früh auf ein neues Lohnabkommen geeinigt**. Die Reform des Manteltarifvertrages ist jedoch nicht gelungen. Die Tariflöhne für die gewerblichen Arbeitnehmer der Druckindustrie steigen in drei Schritten an: um 2,4 Prozent rückwirkend zum 1. Mai 2019 sowie um weitere 2,0 Prozent ab 1. Juni 2020 und weitere 1,0 Prozent ab 1. Mai 2021. Die Laufzeit des Lohnabkommens – gerechnet ab dem 1. September 2018 – beträgt 36 Monate und ist damit erstmals zum 31. August 2021 kündbar.

Damit liegt das Verhandlungsergebnis deutlich unter den Abschlüssen in anderen Branchen. Vereinbart wurde weiterhin eine bindende Verpflichtung, den Manteltarifvertrag (MTV) bis zum 30. April 2021 unter Friedenspflicht neu zu verhandeln. Dafür ist er auf zwei Jahre befristet wieder in Kraft gesetzt worden. Gelingt eine Einigung innerhalb der Frist nicht, endet er zu diesem Zeitpunkt automatisch, ohne dass es einer erneuten Kündigung durch den bvdM bedarf. Damit hat ver.di erstmals eine Bereitschaft zur Reform des MTV nicht kategorisch ausgeschlossen.

Im schriftlichen Umlaufverfahren haben die VSZV-Mitgliedsunternehmen zum **21. Juni 2019** über die Übernahme des Verhandlungsergebnisses der Druckindustrie abgestimmt und den Tarifabschluss angenommen.

Daraufhin wurde der neue Gehaltstarifvertrag zwischen VSZV und ver.di - Landesbezirk Baden-Württemberg Fachbereich Medien, Kunst und Industrie am 24. Juni 2019 mit folgenden Ergebnissen abgeschlossen:

- Mit Wirkung zum 1. Mai 2019 werden die Tarifgehälter und Ausbildungsvergütungen um 2,4 % erhöht.
- Mit Wirkung zum 1. Juni 2020 werden die Tarifgehälter und Ausbildungsvergütungen um weitere 2,0 % erhöht.
- Mit Wirkung zum 1. Mai 2021 werden die Tarifgehälter und Ausbildungsvergütungen um weitere 1,0 % erhöht.

3.2. Manteltarifvertrag für die Angestellten der Zeitungsverlage Baden-Württemberg

Im Gegensatz zur Druckindustrie hatte der VSZV den Manteltarifvertrag nicht gekündigt. Der zwischen dem VSZV und ver.di abgeschlossene Manteltarifvertrag für die Angestellten in Zeitungsverlagen lehnt sich in seinem Wortlaut stark dem Manteltarifvertrag für die Angestellten der Druckindustrie Baden-Württemberg an.

Schon am 14. September 2018 hatte der VSZV-Vorstand darüber beraten, ob vor diesem Hintergrund eine Kündigung auch des Manteltarifvertrages für die Angestellten der Zeitungsverlage Baden-Württemberg angezeigt ist. Dieser kann grundsätzlich mit einer sechsmonatigen Frist zum Quartalsende gekündigt werden. Der VSZV-Vorstand hielt jedoch eine Kündigung zum damaligen Zeitpunkt für nicht zielführend. Man wollte zuerst die Entwicklungen innerhalb des bvdM abzuwarten.

4. Urheberrecht

Zur Entwicklung des Urheberrechts sei auf die Ausführungen im medienpolitischen Teil dieses Jahresberichtes verwiesen, siehe dort Ziff. 3

5. Gesetzentwurf des BMJ zum Maßnahmenpakets gegen Rechtsextremismus und Hasskriminalität

Soziale Netzwerke wie Facebook und Twitter sollen verpflichtet werden, Drohungen, Straftaten und Hetze im Netz an die Behörden zu melden. Wenn sie ihren Pflichten nicht nachkommen, drohen den Plattformen nach einem neuen Gesetzentwurf des Justizministeriums Bußgelder von bis zu 50 Millionen Euro. Die Justizministerin will damit einen Teil eines Maßnahmenpakets gegen Rechtsextremismus und Hasskriminalität umsetzen, welches das Bundeskabinett Ende Oktober 2019 beschlossen hatte.

„Wer im Netz hetzt und droht, wird in Zukunft härter und effektiver verfolgt“, kündigte Justizministerin Christine Lambrecht (SPD) am 13. Dezember 2019 an. Zu häufig habe man zuletzt beobachten müssen, dass aus Worten Taten wurden, dass nach Hass im Netz sogar ein Mord geschehe. Lambrecht will, dass nicht nur eine Morddrohung, sondern auch die Drohung mit Körperverletzung künftig als Straftat geahndet wird. Wer anderen im Internet öffentlich mit Körperverletzung droht, muss dann mit bis zu zwei Jahren Haft rechnen, bei Morddrohungen mit bis zu drei Jahren. Außerdem soll die Billigung angekündigter Straftaten strafbar werden.

6. Presseauskunftsgesetz

Die Diskussion um ein Presseauskunftsgesetz dauert nun schon seit einigen Jahren an. Zuletzt hatte der BDZV in einem gemeinsamen Appell mit neun anderen Medienverbänden und Sendern den Deutschen Bundestag im Dezember 2019 aufgefordert, das Auskunftsgesetz zu verabschieden, das Journalistinnen und Journalisten einen Rechtsanspruch auf Informationen von Bundesbehörden sichert.

Wörtlich heißt es in dem veröffentlichten Aufruf: „Es braucht dringend einen Auskunftsanspruch der Medien gegenüber Bundesbehörden, der mindestens dem inhaltlichen und rechtlichen Niveau der Landespressegesetze entspricht. Besser wäre noch ein Informationsrecht der Medien, das unter anderem ein Recht auf Akteneinsicht sowie ein praxistaugliches Eilverfahrensrecht umfasst.“ Medienvertreter bewegten sich auf Bundesebene in einer Grauzone, in der sie ihre Auskunftsansprüche immer wieder juristisch erstreiten müssten. „Langwierige Rechtsstreitigkeiten widersprechen den Sachzwängen der Berichterstattung und behindern die Mitwirkung der Medien an der Meinungsbildung.“

IV. MEDIENPOLITIK



1. Umsetzung der Ergebnisse des „Runden Tisches Medienzukunft Baden-Württemberg“

Zur Erinnerung: Bereits im Koalitionsvertrag zwischen Bündnis 90/Die Grünen Baden-Württemberg und der CDU Baden-Württemberg vom 9. Mai 2016 war vereinbart worden, dass im Zuge der laufenden Legislaturperiode die Medienentwicklung mit den Beteiligten umfangreich und nach Branchensegmenten gegliedert und erörtert werden sollte.

In der Umsetzung des Vorhabens hatte die Landesregierung zum einen einen Sachstandsbericht zur Medienlandschaft Baden-Württemberg in Auftrag gegeben, der durch das Berliner Unternehmen Goldmedia GmbH Strategy Consulting im Februar 2018 fertiggestellt wurde, siehe hierzu <https://beteiligungsportal.baden-wuerttemberg.de/de/mitmachen/lp-16/medienzukunft/> und zum anderen zwischen Mai und Juni 2018 jeweils 2 Termine in 5 Branchensegmenten „Regional-TV“, „Hörfunk“, „Presse“, „Social-Media“, „Future Lounge“ organisiert, zu denen auch der VSZV und dessen Schwesterverband, der Verband Privater Rundfunkanbieter Baden-Württemberg e.V. (VPRA), Teilnehmer entsandten.

Nach dem Abschluss der „Runden Einzeltische“ sollte vom Staatsministerium ein Abschlussbericht angefertigt werden, in welchem der Inhalt der Diskussionen an den fünf Einzeltischen und die Anregungen aus den Beteiligungsverfahren stichwortartig zusammengefasst wurden.

Zum Entwurf des Abschlussberichts konnte auf dem Beteiligungsportal der Landesregierung ebenfalls bis zum 18. Dezember 2018 Stellung genommen werden. Dabei ging es aber weniger um neue Stellungnahmen zu Einzelsachverhalten, sondern eher um die Frage, ob darin die vollständige Erfassung des Diskussionsstandes an den „Runden Tischen“ richtig dargestellt ist.

Mit dem Beginn des Jahres 2019 waren somit die inhaltliche Arbeit des „Runden Tisches“ als „Bestandsaufnahme zur Situation der Medien in Baden-Württemberg“ abgeschlossen. Der VSZV hatte sich noch in den Monaten November und Dezember 2018 in fortlaufendem mündlichen Austausch mit dem Medienreferat des Staatsministerium befunden. Der Schwesterverband, der Verband Privater Rundfunkanbieter (VPRA) hatte aufgrund der Tatsache, dass in seiner Mitgliedschaft zum Jahresende 2018 eine intensive Diskussion über die Frage der Gestaltung der Infrastrukturförderung innerhalb der unterschiedlichen Gattungen des privaten Rundfunks aufgekommen war, zum Abschlussbericht nochmals mit Schreiben vom 21. Januar 2019 gesondert Stellung nehmen können.

Aufgrund einer Vielzahl von Eingaben und der Berücksichtigung von Protokolleinwendungen wurde die finale Version des Abschlussberichtes durch das Staatsministerium erst zum 12. Juni 2019 veröffentlicht.

Auf der Grundlage des Abschlussberichts sollte schließlich eine Bewertung der Ergebnisse des „Runden Tisches“ durch die Landesregierung erfolgen. Nachdem der „Runde Tisch“ darauf ausgerichtet war, vielfältige Anregungen zusammenzutragen, sollte sodann eine vertiefte Auseinandersetzung mit einzelnen Vorschlägen und deren möglicher Umsetzung ermöglicht werden. Die Ergebnisse des „Runden Tisches Medienzukunft“ sollten unter anderem auch Eingang in die Überlegungen zur Anpassung des Medienrechts in Baden-Württemberg und in die weitere medienpolitische Arbeit des Staatsministeriums finden.

Es stand nun also unmittelbar die Arbeit in den Fachreferaten der Ministerien zur Umsetzung der aufgeworfenen Sachfragen an.

Die ersten Signale erhielt der VSZV im Februar des Berichtsjahres hinsichtlich der innerhalb des „Runden Einzeltisch Presse“ diskutierten Frage der Förderung von sog. Zeitungsschulprojekten. Das Staatsministerium hatte den Geschäftsführer des VSZV, Herrn Stephan Bourauel, mündlich darüber informiert, dass das Land Baden-Württemberg Überlegungen anstelle, künftig Gelder für die Förderung von Zeitungsschulprojekten im Landeshaushalt einzuplanen. Der VSZV hatte in diesem Zusammenhang auch mündlich eine Anregung unterbreitet, die auch Gegenstand der Vorstandssitzung am 28. März 2019 gewesen ist. So war dort durch das Vorstandsmitglied Rainer Wiesner, SÜDKURIER, die Mittelausstattung der Schulen- und Landesmedienzentren angesprochen worden. Diese sollten nach Plänen der Landesregierung im Zuge der Umsetzung der unterschiedlichen „Digitalisierungsbestrebungen“ mit Tablet-Computern zur medialen Fortbildung ausgestattet werden. So könnte Medienkompetenz viel effektiver geschult werden, wenn man im Zuge der Förderung von Zeitungsschulprojekten gleich dafür Sorge tragen könnte, dass auf diesen Tablet-Computern die entsprechenden Zeitungs-Apps der baden-württembergischen Tageszeitungsverlage vorinstalliert seien.

Im Zusammenhang mit der Umsetzung der Anregungen aus dem „Runden Tisch Medienzukunft“ ist auch die Diskussion um die finanzielle Förderung des Privaten Rundfunks in vollem Umfange entbrannt. Diese umfasst ganz unterschiedliche Teilbereiche. So geht es in diesem Zusammenhang auch darum, wie ggf. die Finanzausstattung der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) verbessert werden könnte, um die Mediengattungen Hörfunk und Fernsehen bedeutungsgerecht über eine bloße technische Infrastruk-

turförderung hinaus unterstützen zu können. Außerdem geht es um die Frage, ob in diesem Zusammenhang eine „programmliche Unterstützung eines Medienangebotes“ vor dem Hintergrund des sog. „Public Value“ des privaten Rundfunkangebotes ein gangbarer Weg ist. Dies ist eine Form der Förderung, die der LFK nach den geltenden gesetzlichen Rahmenbedingungen derzeit so nicht möglich ist.

In diesem Zusammenhang wird auch immer die hochumstrittene Frage der Absenkung des sog. Vorwegabzuges nach § 47 Abs. 2 und 3 Landesmediengesetz (LMedienG) diskutiert. Das sind die Mittel, die die LFK aus dem ihr zustehenden Finanzierungsanteil (§ 46 LMedienG) aus dem Rundfunkbeitrag in Höhe von ca. 40 % vorab an den SWR auszukehren hat, damit dieser seiner gesetzlichen Verpflichtung nachkommen kann, den Kulturbereich (§ 47 Abs. 3 LMedienG) sowie die Medien- und Filmgesellschaft (§ 47 Abs. 2 LMedienG) zu finanzieren.

Unabhängig von dem Meinungsstreit über die Frage der Senkung des sog. Vorwegabzuges werden in der Medienpolitik schon seit geraumer Zeit Diskussionen geführt, ob alternative Unterstützungsformen aus Landesmitteln bereitgestellt werden können. Vor allem entzündet sich die Diskussion daran, wie der Mediengattung „Regionales Privates Fernsehen“ angesichts der besonders schwierigen wirtschaftlichen Situation, in der sich diese seit geraumer Zeit befindet, Unterstützung zu Teil werden kann. In diesem Zusammenhang rückt die bereits genannte Diskussion um die auch am „Public Value“ eines Programmes orientierte inhaltliche/programmliche Förderung in den Vordergrund, die einerseits an verfassungsrechtlichen Vorgaben als auch unter dem Gesichtspunkt des europäischen Beihilferechts zu prüfen ist.

Während also die Fernsehanbieter unter Betonung des Gesichtspunktes „public value“ vor allem die inhaltsbezogene/programmbezogene staatliche Förderung forderten, sahen die Anbieter von Radioprogrammen die inhaltliche Förderung der Programmstruktur nicht im Vordergrund und konzentrierten sich im Wesentlichen auf die Förderung der technischen Infrastruktur vor dem Hintergrund des gegenwärtig noch zwingend aufrecht zu erhaltenden UKW-Sendebetriebs, des DAB+ Simulcast-Betriebes und dem Aufbau neuer technischer Vermarktungsstrukturen vor dem Hintergrund der Mehrwegeprogrammverbreitung im Zuge der Digitalisierung der Verbreitungswege.

Aus Sicht des Verbandes, der zumindest auf der Gesellschafterebene Mitglieder aus beiden Rundfunkbereichen unter seinem Dach vereinigt, besteht durchaus die Notwendigkeit, andere, zusätzliche Förderungsmodelle außerhalb der bisher bestehenden Möglichkeiten zu schaffen. Das

könnte bspw. durch die Einrichtung eines „Landesfonds Medien“ geschehen, aus dem alle Rundfunkanbieter Mittel nicht nur für Projekte der technischen Infrastruktur, sondern auch zur Realisierung anderer Projekte (bspw. aus den Bereichen Programm und Werbefinanzierung) beantragen könnten.

Im Herbst des Berichtsjahres hat die Diskussion an Fahrt aufgenommen. So hat sich die Landesregierung zum Ende des Berichtsjahres bereit gezeigt, in den Landeshaushalt Mittel für die Unterstützung des regionalen Fernsehens aufzunehmen. Gefordert von den Regionalveranstaltern war ursprünglich einmal die Summe von 850.000 € pro Veranstalter (es gibt 8 regionale Verbreitungsgebiete für regionales Fernsehen in Baden-Württemberg, in denen 9 Veranstalter lizenziert sind, siehe LFK <https://www.lfk.de/programme/fernseh-programme/regionale-veranstalter.html>), der Forderung wurde aber in dieser Höhe nicht entsprochen. So war zum Jahresende 2019 von einem Betrag von 4,2 Mio. Euro an Landesmitteln für alle baden-württembergischen Regionalveranstalter die Rede, welcher nun in den Landeshaushalt eingestellt worden ist.

Allerdings: Zur Auskehrung der Mittel muss erst eine gesetzliche Grundlage geschaffen werden, die durch eine Änderung des Landesmediengesetzes erreicht werden kann. Damit könnte dann die LFK die intendierte zweckgebundene Förderung des regionalen Fernsehens in die Wege leiten.

Ein entsprechendes Gesetzgebungsverfahren zur Änderung des Landesmediengesetzes wurde Anfang März des Jahres 2020 durch die Landesregierung initiiert und zur Anhörung freigegeben.

2. Infrastrukturförderung der Zeitungszustellung

Zeitungen und Anzeigenblätter stehen als Synonym für die Grundversorgung mit gesellschaftlich relevanten Informationen insbesondere im lokalen Bereich und spielen eine unverzichtbare Rolle für die politische Meinungsbildung in unserem demokratischen Gemeinwesen. Durch ihre Berichterstattung unterstützen sie die engagierte Bürgergesellschaft vor Ort und erbringen somit ein „öffentliches Gut“, für das sie derzeit keine direkte staatliche Gegenleistung erhalten.

Über 250.000 verlagsgebundene Zusteller tragen jährlich rund 2,8 Milliarden Zeitungen und 4,3 Milliarden Anzeigenblätter aus - an jeden Ort in Deutschland, von der Hallig bis zur Alm.

Hohe Kostensteigerungen, sinkende Auflagenzahlen und dauerhaft rückläufige Erlöse lassen eine betriebswirtschaftlich sinnvolle Aufrechterhaltung der flächendeckenden Zustellung nicht mehr zu.

Einsparungen in der Redaktion und zunehmende Konzentrationsprozesse sind unerwünschte Folgen in der Presse-landschaft, die sich heute schon abzeichnen. Erste Verlage haben bereits ihre Verteilgebiete verkleinert, die Häufigkeit ihrer Erscheinungsweise reduziert oder sogar ganze Titel vom Markt genommen. Ohne flankierende Maßnahmen wird sich dieser Prozess fortsetzen und sogar noch verstärken.

In zahlreichen europäischen Nachbarländern wird die nationale Presse bereits seit vielen Jahren durch öffentliche Mittel gefördert. Eine direkte Presseförderung in Deutschland existiert bislang nicht.

Zur Förderung der Zeitungszustellung in Deutschland wurde ein Modell einer direkten Vertriebsförderung entwickelt, wonach die Verlage einen Betrag pro in den Haushalt zugestelltem Zeitungs- bzw. Anzeigenblattexemplar erhalten könnten. Die Förderhöhe kann anhand der tatsächlichen Unterschiede in den Zustellkosten in Stadt-, Land- und Mischgebieten bedarfsgerecht verteilt werden.

Im Gegensatz zu anderen Verteilschlüsseln, die sich auf die Lohnhöhe, Wegstrecke oder redaktionelle Qualität beziehen, werden in diesem Modell öffentlich verfügbare, valide Datenquellen genutzt und regionale Herausforderungen in der Zustellung (Stichwort: Ländlicher Raum) berücksichtigt. Indem sich die Förderung auf die Zustellinfrastruktur beschränkt, bleibt die journalistische Arbeit der Redaktionen unangetastet und die journalistische Freiheit der Presse somit gewährleistet. Die Anwendung eines solchen Fördermodells kann die flächendeckende Zustellung von Presseprodukten in Deutschland sicherstellen und hilft den Branchen dabei, sich den durch Strukturwandel und Digitalisierung bedingten Herausforderungen stellen zu können.

Der Bundestag hatte Ende November 2019 mit den Stimmen der Koalition aus Union und SPD beschlossen, die Zustellung von Tageszeitungen und Anzeigenblättern im Jahr 2020 mit 40 Millionen Euro zu fördern. Das Ganze soll eine Hilfe bei der Transformation hin zu digitalen Unternehmen sein und die lokale Vielfalt der Medien sicherstellen. Es hatte bisher die Idee gegeben, die Förderung zeitlich auf fünf Jahre zu begrenzen. Eine Umsetzung der geplanten Infrastrukturförderung erfolgte bislang nicht. Die Auszahlung der 40 Millionen Euro ist gesperrt, bis ein Gesamtkonzept zur Förderung vorliegt.

3. Reform des Urheberrechts: Leistungsschutzrechte in Deutschland und auf europäischer Ebene – Stärkung des urheberrechtlichen Schutzes für die Presseverleger (Publishers' Right)

Die rechtlichen Auseinandersetzungen um das sog. Publishers' Right und dessen Auswirkungen wurden im Jahre 2019 mit unverminderter Härte auf allen Ebenen weitergeführt.

Um die maßgebliche Bedeutung des „Publishers' Right“ für die Fortentwicklung der Branche zu verdeutlichen, sei der Sachverhalt an dieser Stelle nochmals verdeutlicht:

Täglich entstehen in deutschen Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen tausende aufwändig produzierte Artikel, die im Internetzeitalter aber in Sekundenschnelle von Dritten ausschnittsweise oder komplett übernommen, verwertet und vermarktet werden können.

Dieser kommerziellen Nutzung standen die Verlage bis zur Einführung eines Leistungsschutzrechtes (LSR) in den §§ 87 f ff. Urhebergesetz völlig schutzlos gegenüber, denn sie besaßen, im Gegensatz zu anderen Werkmittlern wie der Film- und Musikindustrie, kein Eigentumsrecht an den Früchten ihrer Arbeit. Im sich rasant weiterentwickelnden Digitalmarkt stellte dies einen erheblichen Wettbewerbsnachteil dar. Diese Rechtslücke sollte ursprünglich das 2013 eingeführte Leistungsschutzrecht für Presseverlage schließen. Suchmaschinen wie Google und ähnliche Dienste sollten Lizenzverträge mit Verlagen abschließen, wenn sie deren Inhalte mit kurzen Vorschautexten zeigen wollen. Allerdings ist der Schutz des eingeführten LSR nur begrenzt, wie ein Blick in § 87 g Urhebergesetz zeigt. Zum einen zielt es lediglich auf gewerbliche Anbieter von Suchmaschinen oder gewerbliche Anbieter von Diensten ab, die Inhalte entsprechend aufbereiten. Zum anderen erlischt das Recht ein Jahr nach der Veröffentlichung des Presseerzeugnisses.

Somit war festzustellen: Das Gesetz hat den Verlagen nicht die erwünschte Wirkung gebracht.

Unter Federführung des für die digitale Wirtschaft zuständigen EU-Kommissars Oettinger hatte die EU-Kommission im September 2016 einen ersten Gesetzgebungsvorschlag erarbeitet, Presseverleger als Rechteinhaber im EU-Urheberrecht anzuerkennen. Es sollten Rechte auf EU-Ebene geschaffen werden, um Presseinhalte vor unautorisierter Vervielfältigung und öffentlicher Zugänglichmachung in der digitalen Welt zu schützen. Im Kern sollte es darum gehen, die großen Internetplattformen, die zu Suchergebnissen zu Online-Artikeln immer die vollständigen Überschriften inklu-

sive ausführlicher Vorschautexte anzeigen, in die Pflicht zu nehmen. Auch diese Kurztex-te oder Textausschnitte, die nach deutschem Recht lizenzfrei sind („Snippets“) sollen nach dem Richtlinienentwurf der EU einer kostenpflichtigen Lizenz unterliegen. Erfasst werden sollen jedoch lediglich die Nutzungen von kommerziellen „Anbietern von Diensten der Informationsgesellschaft“. Personen, die Presseerzeugnisse für rechtmäßige private und nicht gewerbliche Zwecke nutzen, sind dagegen nicht vom Geltungsbereich erfasst. Die private Nutzung von Presseinhalten durch Internetnutzer im Rahmen ihres persönlichen Meinungs- und Gedankenaustauschs bleibt also - entgegen der Behauptung mancher Kritiker - weiterhin möglich. Betroffen sind daher nur Plattformen wie etwa Facebook, nicht aber ihre Nutzer.

Das Verlegerrecht, welches die Presseverlage anstreben, sollte diesen dieselben Rechte einräumen, wie sie schon lange für Musik-, Film- und Softwareproduzenten gelten. Diese haben das Recht, frei zu entscheiden, wie und wo ihre Inhalte zugänglich gemacht werden.

Bereits im Juni 2018 hatte der für das Gesetzgebungsverfahren zuständige Berichterstatter, MdEP Axel Voss, mit dem von ihm vorgelegten Entwurf eine knappe Mehrheit im EU-Rechtsausschuss erhalten. Bei der ersten Abstimmung im EU-Parlament (Plenum) Anfang Juli 2018 scheiterte das Vorhaben jedoch zunächst. Viele Parlamentarier machten weiteren Klärungsbedarf geltend. Dafür war die zweite Abstimmung am 12. September 2018 deutlich: 438 Abgeordnete stimmten für den Voss-Report, 226 dagegen, 39 enthielten sich. Fortlaufend im Jahre 2018 hatten sich der Verband sowie die Mitgliedsunternehmen an die Mitglieder der europäischen politischen Fraktionen gewandt und versucht, die komplexen urheberrechtlichen Verflechtungen zu erklären und insbesondere darüber aufzuklären, dass die geplante Reform des EU-Urheberrechts nach Überzeugung des BDZV nicht zu einer Zensur im Internet führen wird - eine Gefahr, die von verschiedenen Seiten immer wieder heraufbeschworen wird.

Jahreswechsel 2018/2019: Erhebliche Proteste gegen die EU-Urheberrechtsrichtlinie

Gleichwohl kam es im Vorfeld der Abstimmungen zu erheblichen Protesten. Die öffentliche Debatte zum Jahreswechsel 2018/2019 konzentrierte sich zum Schluss fast ausschließlich auf zwei Artikel der Richtlinie: Artikel 11 und Artikel 13. Artikel 11 betraf das europäische Leistungsschutzrecht. Das heißt, dass Nachrichtenaggregatoren wie Google, Apple News oder andere, die eine Übersicht über im Netz verbreitete Nachrichten liefern, künftig für die angezeigten kurzen Textausschnitte und Fotos bezahlen müssen. Nur der Link selbst und die Anzeige weniger Wörter sind davon ausgenommen. Artikel 13 verpflichtete

die Betreiber von Plattformen (wie z.B. die Google Tochtergesellschaft YouTube) sicherzustellen, dass bei ihnen keine urheberrechtlich geschützten Inhalte hochgeladen werden. Der größte Widerstand richtete sich allerdings gegen Artikel 13, da dessen Gegner befürchteten, dass die Plattformen gezwungen sind, ihre Inhalte mit sog. Upload-Filtern systematisch nach urheberrechtlich geschützten Inhalten zu durchforsten. Sie beargwöhnen, dass deshalb durch die Plattformen die Filter so fein eingestellt werden, dass auch urheberrechtlich grundsätzlich zulässige „Uploads“ blockiert werden, beispielsweise Parodien oder sog. Memes, es also zu einem „overblocking“ kommt.

Im März des Jahres 2019 erfolgten die Abstimmungen des Richtlinien-Entwurfs zwischen den Organen der EU im sog. Trilogverfahren und danach erfolgte am 26. März 2019 die endgültige Abstimmung des Europäischen Parlaments über die EU-Urheberrechtsrichtlinie. Als letzter Schritt muss nun noch der Rat der EU zustimmen und danach hat die Bundesregierung die Richtlinie sachgerecht umzusetzen. Den EU-Mitgliedsstaaten bleibt hier ein Zeitraum von ca. 2 Jahren. Der Rat hatte indessen das am 26. März 2019 vom EU-Parlament verabschiedete Verhandlungsergebnis bereits informell gebilligt.

Der VSZV-Vorsitzende und stellvertretende Präsident des BDZV, Valdo Lehari jr., hatte immer wieder klargestellt (siehe z.B. den Artikel im Reutlinger General-Anzeiger, 23. März 2019), dass man diese Proteste sehr ernst nehmen: Ziel sei es, dass urheberrechtlich geschützte Inhalte ohne Lizenz nicht hochgeladen werden. Wenn die großen Plattformen entsprechende Lizenzen vereinbaren, erledige sich ein großer Teil der Sorgen. Im Übrigen sei es fehlerhaft in eine Richtlinie zum Schutz des Urheberrechts Zensurbestrebungen hineinlesen zu wollen, was eine verfassungswidrige Bestrebung wäre: „Zensur oder Einschränkung der Meinungsfreiheit wird es nicht geben. Wir wären sonst die ersten, die Alarm schlagen würden“.

VG Media stellt Google Lizenzgebühren in Milliardenhöhe in Rechnung und beruft sich auf Publishers' Right

Vor dem Hintergrund der durch den Rat der Mitgliedsländer im März des Berichtsjahres bestätigten EU-Urheberrechtsrichtlinie, die auch das Leistungsschutzrecht für Verlage vorsieht (s.o.), hatte die VG Media dem Suchmaschinen-giganten Google im April des Berichtsjahres eine Aufstellung über Forderungen für die Nutzung von Presstexten rückwirkend bis 2013 geschickt und einen Vorschlag für einen Lizenzvertrag über die EU-weite Verwendung von Presseangeboten unterbreitet.

Die VG Media vertritt die Rechte zahlreicher Verlage und privater Rundfunksender.

Die Forderung der Verwertungsgesellschaft beläuft sich für die Zeit von August 2013 bis Ende 2018 auf 1,24 Milliarden Euro. Sie ist errechnet als fünfprozentiger Anteil des Umsatzes von Google Deutschland in diesem Zeitraum (24,77 Milliarden Euro). Die Summen für eine „Europa-Lizenz“ zur Nutzung von Presstexten staffeln sich bis 2024 auf jährlich 3,44 bis 8,5 Milliarden Euro.

Die Verwertungsgesellschaft hatte sich bei den rückwirkenden Forderungen auf das nationale Leistungsschutzrecht (LSR) für Presseverlage berufen, welches in Deutschland bereits am 1. August 2013 in Kraft getreten ist, s.o.

Allerdings war mittlerweile auch vor den deutschen Zivilgerichten darüber gestritten worden, ob das deutsche LSR überhaupt gültig zustande gekommen ist. In einem Rechtsstreit zwischen Google und der VG Media (ab dem Jahre 2017 geführt) wollte das Berliner Landgericht beim Europäischen Gerichtshof (EuGH) klären lassen, ob Deutschland die Europäische Union vor der Verabschiedung des Gesetzes hätte informieren müssen. Wäre diese „Notifizierung“ nötig gewesen, dürfte das Gesetz nicht angewendet werden. Die Entscheidung des EuGH über den Sachverhalt war für September 2019 erwartet worden.

Allerdings hatte bereits der für die Sache zuständige Generalanwalt am Europäischen Gerichtshof (EuGH), Gerard Hogan schon im Dezember 2018 mitgeteilt, dass er das deutsche Gesetz für nicht anwendbar halte, weil die Bundesregierung 2013 darauf verzichtet hatte, die EU-Kommission nach einschlägigem Europarecht (EU-Richtlinie 98/34/EG) mit einem notwendigen Notifizierungsverfahren in Kenntnis zu setzen.

Die VG Media teilte zu dem Verfahren mit, sie sei nach sechs Jahren Auseinandersetzung an einer Befriedung interessiert. Google selbst hatte hierzu zunächst keine Stellungnahme abgegeben, die Forderungen der VG Media aber gegenüber der Presse als „haltlose Gedankenspiele“ bezeichnet.

Bei den auf die Zukunft gerichteten Forderungen berief sich die VG Media schon auf die neue Urheberrechtsrichtlinie der EU. Diese war im Berichtsjahr aber noch nicht in nationales Recht umgesetzt worden. Deutschland und die anderen EU-Mitglieder haben, wie bereits erwähnt, für die nationale Gesetzgebung zwei Jahre lang Zeit.

Entscheidung des EuGH zur Geltung des deutschen Leistungsschutzrechtes am 12. September 2019

Einen gewissen Rückschlag erlitten die Bemühungen der VG Media insofern, als der Europäische Gerichtshof mit Entscheidung vom 12. September 2019 das deutsche LeistungsschutzR in § 87 ff. UrhG aufgrund des nicht durchgeführten Notifizierungsverfahrens für unanwendbar ansah. Das Gericht folgte der Einschätzung seines Generalanwalts vom Dezember 2018, dass das deutsche Leistungsschutzrecht speziell die Anbieter von Diensten der Informationsgesellschaft betraf. In diesen Fällen sei gemäß der EU-Richtlinie 98/34/EG betreffend der Dienste in der Informationsgesellschaft ein vorheriges Notifizierungsverfahren vor der Kommission vorgesehen. Die Bundesregierung war hingegen der Ansicht, dass das Leistungsschutzrecht in der genannten Richtlinie nicht speziell auf die Dienste der Informationsgesellschaft zielte.

Das 2013 eingeführte deutsche Leistungsschutzrecht für Presseverleger war damit vom Europäischen Gerichtshof (EuGH) gekippt worden. Es sei nicht anwendbar, da die Bundesregierung den Entwurf nicht vorab an die EU-Kommission übermittelt habe.

BDZV, VDL und VDZ wiesen am selben Tag noch darauf hin, dass die Entscheidung des EuGH im Gegensatz zur Einschätzung der Bundesregierung, der Europäischen Kommission sowie weiterer Mitgliedsstaaten stehe, die eine Notifizierung durchgehend nicht für geboten hielten. Nun sei es, erklärten die drei Organisationen, „Aufgabe des deutschen Gesetzgebers, schnell für Rechtssicherheit zu sorgen und das europäische Presseleistungsschutzrecht zügig und eindeutig vorab umzusetzen“. Nur so entstehe die erforderliche rechtliche Grundlage, mit der „die berechtigten Ansprüche der Presse gegenüber weltweit agierenden, übermächtigen Infrastrukturbetreibern durchgesetzt werden“ könnten.

Im Jahre 2019 ist es noch nicht zur Umsetzung der der Richtlinie (EU) 2019/790 über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt (DSM-RL) gekommen, allerdings waren die Arbeiten hierzu durch das federführende Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) bereits aufgenommen worden.

BDZV-Präsident Matthias Döpfner mahnte am 24. September 2019 auf dem BDZV-Zeitungskongress eine Ausweitung des Verlegersbegriffs an: „Der Begriff wandelt sich: Von gedruckten Zeitungen hin zu digitalen und medienübergreifenden Angeboten. Dabei ist unsere Branche viel weiter, als wir denken. Weiterhin: Es kommt nicht auf die Darstellungsform an. Ob jemand Papier bedruckt oder Texte und Bilder ins Internet stellt – das ist unerheblich“, sagte Döpf-

ner, der zugleich Vorstandsvorsitzender der Axel Springer SE ist, vor den rund 400 Teilnehmern aus Medien, Politik, Wirtschaft und Kultur. Entscheidend seien der Inhalt und das Selbstverständnis. „Das heißt: Für alle journalistischen Produkte muss das Prinzip der verantwortlichen Absenderschaft gelten. Der Absender trägt die Verantwortung für die Richtigkeit seiner Nachricht.“ Und: „Guter Journalismus und Verlegertum müssen ein profitables Geschäftsmodell bleiben.“

Die Zukunft der Verlage sei digital, daher sei es auch notwendig, den Begriff des Verlegers zeitgemäßer zu interpretieren. Wer nach diesem Selbstverständnis arbeite, sei Verleger, stellte Döpfner fest, egal ob offline oder online: „Jeder Blogger ist ein potenzieller Großverleger der Zukunft“, sofern er sich zu den Grundsätzen bekenne, die auch für Verleger gelten.

Zu gleichen Pflichten gehören auch die gleichen Rechte, führte der BDZV-Präsident weiter aus. Deshalb müssten zum Beispiel auch Blogger vom Publishers' Right profitieren können, wenn sie dies wünschten: Blogs, die professionell nach journalistischen Qualitätskriterien arbeiten, seien Zeitungen der Zukunft. „Blogger sind in diesem Sinne Journalisten und Blog-Betreiber sind Verleger.“

Die Umsetzung kommt in Gang: Erstes Gesetz zur Anpassung des Urheberrechts an die Erfordernisse des digitalen Binnenmarkts

Unmittelbar nach dem Jahreswechsel 2019/2020 wurde zum 15. Januar 2020 ein erster Diskussionsentwurf zur Änderung des Urhebergesetzes publik, der den Verbänden mit Stellungnahmefrist bis zum 31. Januar 2020 zugeleitet wurde.

Der übersandte Diskussionsentwurf enthält Regelungen zu einem Leistungsschutzrecht an Presseveröffentlichungen und zur Beteiligung von Verlegern an gesetzlichen Vergütungsansprüchen. Er setzt damit Artikel 15 und Artikel 16 (vormals Art. 11 und 13, siehe oben) der Richtlinie (EU) 2019/790 über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt (DSM-RL) um. Die Umsetzung dieser Bestimmungen bezeichnet das BMJV als besonders dringlich. Diese sollen deshalb vorgezogen werden.

Da die DSM-RL das Leistungsschutzrecht an Presseveröffentlichungen durch neue zwingend umzusetzende gesetzliche Erlaubnisse für Nutzende beschränkt, sind auch Regelungen zum Text und Data Mining, zu Unterricht und Lehre sowie zur Erhaltung des Kulturerbes (Artikel 3 bis 7 DSM-RL) in dem Entwurf enthalten.

Unter Berücksichtigung der Stellungnahmen der an der Anhörung beteiligten Verbände plante das Ministerium zeitnah einen vervollständigten Entwurf zu erstellen. Durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie im Jahre 2020 haben sich, so wie es scheint, gewisse zeitliche Verzögerungen ergeben.

4. Das Verhältnis der Presseverlage zu Google

Mittlerweile sind in den Jahren 2017 bis 2019 drei Wettbewerbsentscheidungen der EU-Kommission gegen Google ergangen.

Das hat folgende Hintergründe: Nach wie vor sind die Kriterien, nach denen marktdominante Plattformen und Suchmaschinen Inhalte und Meinungen sortieren und anzeigen, nach Auffassung der Verlegerverbände nicht transparent. Sie können, wenn sie es darauf anlegen, Inhalte, ganze Medienprodukte und damit Meinungen „auslisten“, verstecken oder auch bevorzugen. Die Auffindbarkeit von Inhalten der Presse muss daher bei marktdominanten Anbietern durch Maßnahmen zur Sicherung der Plattform- und Suchmaschinenneutralität sichergestellt werden.

BDZV und VDZ setzen sich seit Jahren für einen diskriminierungsfreien Zugang von Verbrauchern zu den relevantesten Informationsquellen ein. Bereits im Jahr 2009 hatten die Verbände formell auf Googles Begünstigung eigener Dienste hingewiesen und so ein Wettbewerbsverfahren mit angestoßen.

Im ersten Wettbewerbsverfahren im Jahre 2017 hatte die EU-Kommission Google mit Entscheidung vom 27. Juni 2017 ein Rekordbußgeld von 2,42 Milliarden € auferlegt. Sie sah es als erwiesen an, dass Google seine Marktmacht durch die bessere Darstellung eigener Dienste in den Suchergebnissen begünstigte. Die Kommission forderte Google auf, den Missbrauch innerhalb von 90 Tagen abzustellen. Google hat die Entscheidung vor dem EuGH angefochten, die Kommission muss sie nun gerichtlich verteidigen. Die Bußgeldentscheidung hat nach Ansicht der Verbände historische Tragweite. Sie stellt erstmals fest, dass marktbeherrschende Online-Dienste, die den Zugang zu bestimmten Verbrauchergruppen kontrollieren, ihre Leistungen diskriminierungsfrei erbringen müssen. Deshalb haben die Verbände beschlossen, die Kommission in ihrer Argumentation vor dem EuGH zu unterstützen.

Im Juli 2018 verhängte die Kommission im zweiten Wettbewerbsverfahren ein Bußgeld in Höhe von 4,34 Milliarden € wegen unzulässiger Geschäftspraktiken im Zusammenhang mit dem Betriebssystem Android für mobile Endgeräte. Nach Ausführungen der dänischen EU-Wettbewerbskommissarin Margrethe Vestager ging es in der Sache um drei Arten von rechtswidrigen Einschränkungen, die Google Herstellern von Android-Geräten und Mobilfunknetzbetreibern auferlegt hat, um sicherzustellen, dass der Internetverkehr auf Android-Geräten über die Google-Suchmaschine läuft.

In der dritten Wettbewerbsentscheidung im März des Berichtsjahres sah es die Wettbewerbskommission wiederum als erwiesen an, dass Google ein weiteres Mal seine marktbeherrschende Stellung zu seinem Vorteil genutzt hat. Nach Auffassung der Kommission missbrauchte das Unternehmen seine marktbeherrschende Stellung dadurch, dass es durch restriktive Klauseln in Verträgen mit Websites Dritter verhinderte, dass Wettbewerber Werbeanzeigen auf diesen Websites platzieren konnten.

Dadurch hat Google andere Unternehmen mit rechtswidrigen Mitteln gehindert, auf dem Markt für die Vermittlung von Online-Werbung mit Googles Dienst AdSense in Konkurrenz zu treten. Die Kommission verhängte wiederum ein Bußgeld in Höhe von 1,49 Milliarden €. Zudem forderte die Kommission Google auf, soweit noch nicht geschehen, diese Verhaltensweisen einzustellen und von ähnlichen Maßnahmen abzusehen.

BDZV und VDZ haben alle Verfahren von Anfang an aktiv begleitet. Sie gehörten im Jahr 2009 auch zu den ersten Beschwerdeführern, die das zu den Entscheidungen „Google Shopping“ und Google AdSense führende Wettbewerbsverfahren mit angestoßen hatten.

Im Android-Verfahren hatten sich die Verlegerverbände als sog. interessierte Dritte aktiv eingebracht. Nach Erlass der Bußgeldentscheidung durch die EU-Kommission im Fall „Google Shopping“ sind beide Verbände inzwischen als Nebenintervenienten zugelassen und damit Streithelfer der EU-Kommission vor dem europäischen Gericht. Auch im „Android-Verfahren“ haben BDZV und VDZ einen entsprechenden Antrag auf Zulassung zur Nebenintervention gestellt.

Im Mai 2019 wandten sich BDZV und VDZ gegen die Pläne von Google zur Umsetzung des Angebots „Google for Jobs“ und wiesen auf die Risiken für die Branche hin, die von diesem Angebot ausging.

Der Dienst „Google for Jobs“ ist keine eigene Suchmaschine, sondern ein etwas komplexerer Ausbau der Job-

Suchmöglichkeiten innerhalb der Googlesuche. Zwischen klassischen Google-Ads ganz oben in der Ergebnisliste und den nach Relevanz sortierten nativen Suchergebnissen, schiebt sich durch einen dicken blauen Balken getrennt ein sogenannter Link-Tipp-Container: Google for Jobs.

Die Europäische Kommission habe bereits mehrfach festgestellt, dass Google in verschiedenen Bereichen seine Marktmacht missbraucht, eigene Dienste bevorzugt und damit dem Wettbewerb sowie Verbrauchern geschadet habe. Die beiden Verlegerverbände mahnten in diesem Zusammenhang auch eine Überprüfung der Gesetzeslage an. Die Vergangenheit habe gezeigt, dass Maßnahmen der Kartellbehörden gegen Google oft zu spät und zu wenig effektiv erfolgt sind. Die Verbände warnten daher vor einer Verzerrung des vielfältigen und vitalen Markts der Jobsuche-Angebote in Deutschland.

Im September des Jahres 2019 mehrten sich die Anzeigen, dass Google offensichtlich nicht so ohne weiteres gewillt ist, sich den Vorgaben eines Europäischen Verlegerrechts, so wie es die Entscheidung der EU Kommission in der EU-Urheberrechtsrichtlinie im März 2019 vorsah, zu beugen. Ersichtlich wurde dies daraus, dass in Frankreich, wo bereits mit der Umsetzung der EU-Vorgaben zum Verlegerrecht begonnen worden war, Google angekündigt hatte, in Frankreich keinesfalls für Presseinhalte zahlen zu wollen und Angebote, die auf die Einhaltung des Urheberrechts bestünden, auszulisten.

Der BDZV erklärte sich mit seinem französischen Schwesterverband „Alliance de la presse“ solidarisch: „Google scheint damit die Presse- und Meinungsfreiheit mittelfristig in der gesamten EU anzugreifen. Es sei eine merkwürdige Rechtsauffassung, wenn der U.S.-Konzern denke, durch Ausnutzung seiner Marktmacht das europäische Urheberrecht faktisch aushebeln zu können. „Sowohl in Europa als auch in Deutschland sei in diesem Fall zu prüfen, welche Möglichkeiten das Kartellrecht biete, einem solchen Vorgehen Einhalt zu gebieten“, forderte der BDZV weiter. Und: „Im Rahmen der aktuellen Diskussion über die deutsche Kartellrechts-Novelle sollte klar adressiert werden, dass marktdominante Unternehmen wie Google ihre Macht nicht dazu nutzen dürfen, gewerbliche Schutzrechte Dritter zu umgehen.“

Ende Oktober des Jahres 2019 hatten BDZV und VDZ dieses Verhalten erneut kritisiert: Anlass war eine E-Mail Nachricht von Google, nach der die in Deutschland erscheinenden Zeitungen und Zeitschriften ebenfalls ihre Darstellung in den Ergebnissen der Suchmaschine überprüfen sollen und dabei auf die restriktiven Schritte des Suchmaschinen-giganten in Frankreich hingewiesen wurden. Das wurde wiederum als Zeichen gewertet, dass Google nicht ernst-

haft an einem Dialog mit den Inhabern gelegen sei. Es gehe schlicht darum, die eigene Marktmacht durchzusetzen und mögliche Reaktionen im Keim zu ersticken. Das bisherige Verhalten von Google zeige, dass es mehr um eine kartellrechtliche als um eine urheberrechtliche Frage gehe.

5. Medienstaatsvertrag

Die vielfältigen Fragen um den Entwurf eines sog. Medienstaatsvertrages befassen die Verlegerverbände nun schon seit mehreren Jahren.

Der Medienstaatsvertrag soll zukünftig einmal an die Stelle des bisherigen Rundfunkstaatsvertrages treten. In diesem geht es um so wichtige Themen wie die Modernisierung des dualen Rundfunksystems, dabei auch um die Neudefinition des Rundfunkbegriffes unter Berücksichtigung neuer technologischer Entwicklungen (z.B. des Streamings), aber auch die Fragen der künftigen Zulassungspflicht für Online-Angebote in Abgrenzung zu Rundfunkangeboten. Darüber hinaus ist Gegenstand der Diskussion die Plattformregulierung und die Gestaltung von Benutzeroberflächen, die für die Auffindbarkeit von Angeboten von essentieller Bedeutung sind. Erstmals rücken auch die sog. Intermediäre in das Zentrum des Interesses.

Ein Staatsvertrag, der die Themen Telemedien, Medienplattformen, Benutzeroberflächen, das Verhältnis zu Medienintermediären sowie zusätzlich die Umsetzung der AVMD-RL aufgreift, ist ein höchst anspruchsvolles Projekt.

Die Rundfunkkommission der Länder hatte schon im Sommer 2018 einen ersten Diskussionsentwurf für einen Medienstaatsvertrag vorgelegt. Begleitet wurde dieses Verfahren durch eine Online-Konsultation unter Federführung der rheinland-pfälzischen Staatskanzlei vom 23. Juli bis zum 30. September 2018 mit der öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten, Verbände, Unternehmen und Personen aus der Medienwirtschaft und vor allem die Bürgerinnen und Bürger dazu aufgerufen waren, auf dieser Plattform Ideen und Vorschläge für eine reformierte Medienordnung in Deutschland einzureichen. Es gab ca. 1.000 Eingaben. Das war auch der Anlass für ein zweitägiges Fachtreffen der Rundfunkreferenten der Länder mit Branchenvertretern im November 2018, zu dem auch unser Bundesverband, der BDZV, eingeladen war und in dem viele Einzelfragen kontrovers beleuchtet wurden.

Die Diskussion wurde im Jahre 2019 unverändert fortgesetzt. Der VSZV hatte im Jahre 2019, in enger Abstimmung mit dem BDZV, immer wieder das für die Medienpolitik

federführende Staatsministerium konsultiert und den Fortgang der Diskussion aktuell begleitet. Bei der Vertragsgestaltung ist es unser vornehmliches Anliegen, der digitalen Presse das Recht auf einen diskriminierungsfreien Zugang zu Medienplattformen zu verschaffen.

Während unser Anliegen, den Schutz von Medien im offenen Internet auch auf journalistisch-redaktionelle Text- und Bildangebote der Presse auszuweiten, in den Staatskanzleien der Länder noch auf Verständnis stieß, wurde hinsichtlich der Forderung eines hohen Schwellenwerts für ein Diskriminierungs- und Behinderungsverbot kein Entgegenkommen gezeigt. Aus Sicht der Presseverlage muss die Regulierung aber durch quantitative Schwellen auf solche Plattformen begrenzt werden, bei denen plausibel von einer wirklichen Gefahr für eine freie Medienvielfalt und Meinungsbildung ausgegangen werden kann. Ohne einen Schwellenwert wird das Verbot auch für kleine Plattformen gelten.

Zum 25. Mai des Jahres 2019 hatte die federführende rheinland-pfälzische Staatskanzlei einen weiteren Diskussionsentwurf zum Medienstaatsvertrag erarbeitet, der als Diskussionsentwurf für eine in der ersten Juniwoche 2019 geplante Sitzung der Rundfunkkommission gedacht war. Aus dem Entwurf wurde nun auch ersichtlich, dass in diesen auch die sog. audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie (AVMD-RL) eingearbeitet worden war. Die AVMD-RL war von der EU zum 28. November 2018 verabschiedet worden und am 19. Dezember 2018 in Kraft getreten, mit der Vorgabe, dass die Mitgliedstaaten nun ca. 21 Monate Zeit haben, diese in nationale Gesetze umzusetzen, was im Grunde dann bis zum 19. September 2020 geschehen muss. Es sei hier an den grundsätzlichen Regelungsbezug der AVMD-RL hingewiesen: Audiovisuelle Medien können heutzutage nicht nur im Fernsehen, sondern auch im Internet oder auf Mobiltelefonen angesehen werden. Wie andere Waren und Dienstleistungen unterliegen diese den Regeln des europäischen Binnenmarktes. Um optimal zu funktionieren, benötigt dieser „europäische Fernsehinnenmarkt“ ein Minimum an gemeinsamen Regeln, die beispielsweise Bereiche wie Werbung und Jugendschutz abdecken. Solche Regeln sind in der AVMD-RL festgelegt, die die EU-weite Harmonisierung nationaler Gesetzgebung für alle audiovisuelle Medien, sowohl herkömmliche Fernsehsendungen als auch Dienste auf Abruf, klärt.

Ebenfalls lässt sich aus dem Entwurf entnehmen, dass grundsätzlich das Instrument der Rundfunkzulassung beibehalten worden ist, auch unter Inkaufnahme der Schwierigkeiten, die es schon bisher gibt, den sog. Bagatellrundfunk (Beispielsweise begrenzt empfangbaren Rundfunk innerhalb bestimmter Einrichtungen wie z. B. Krankenhäusern, Hochschulen etc.) abzugrenzen.

Darüber hinaus waren Regelungen enthalten für die Finanzierung besonderer Aufgaben durch die Medienanstalten aus dem Anteil des Rundfunkbeitrages. Die Technikförderung sollte nicht mehr nur bis zum 31. Dezember 2020 begrenzt sein. Als Vorschlag war darin enthalten, dass die Medienanstalten Gelder zur Förderung journalistischer Angebote von Rundfunkveranstaltern und Telemedienanbietern zur Sicherung der lokalen und regionalen Medienvielfalt einsetzen dürfen. Es sei in diesem Zusammenhang an die oben unter Ziff. 1 erläuterte Diskussion zur Umsetzung der Erkenntnisse des Runden Tisches Medienezukunft Baden-Württemberg erinnert: Förderung des regionalen Fernsehens aus Landesmitteln.

Bei den Medienplattformen und Benutzeroberflächen waren Detailänderungen formuliert. So sollte Werbung nicht über ein Originalprogramm überlagern dürfen. Beim Zugang zu Medienplattformen ergaben sich marginale Änderungen: Das Benachteiligungsverbot bezieht sich auf „gleichartige Angebote“, es ist also nicht sozusagen absolut gewährt. Deutlich erweitert und verkompliziert worden waren die Regelungen zur Auffindbarkeit.

Die Verbände hatten Gelegenheit bis zum 9. August 2019 zu den bekannt gewordenen Änderungen Stellung zu nehmen. Wiederum erreichten die federführende Staatskanzlei Rheinland Pfalz etwa 100 Stellungnahmen, allein 70 aus dem Bereich von Unternehmen und Verbänden. Die dort zuständige Staatssekretärin, Heike Raab (SPD), kündigte in Presseberichten an, dass man noch im Jahre 2019 über den Medienstaatsvertrag entscheiden wolle. Wie schon oben erwähnt: Das hohe Tempo wurde bedingt durch die in den MedienStV zu integrierende AVDM-RL. Da der MedienStV noch zur Durchführung des Notifizierungsverfahrens der EU-Kommission vorgelegt werden musste und darüber hinaus durch die Länderparlamente zu ratifizieren ist, wird erkennbar, dass der verfügbare Zeitrahmen keinen großen Aufschub mehr duldete.

In einer zwischen den Landesverbänden und dem BDZV aufwändig abgestimmten Stellungnahme vom 9. August 2019 wurde nochmals zum Stand des Verfahrens Stellung genommen. So wurde unter anderem vorgetragen:

- Es wurde gefordert, dass auch digitale Presseangebote (die als Telemedien i. S. d. § 54 Abs. 2 S. 1 RfStV seit langem dem Rundfunkstaatsvertrag unterfallen) mit Schutzrechten gegenüber Medienplattformen und Benutzeroberflächen ausgestattet werden sollen.
- Kritisiert wurde, dass es im Vertragswerk noch immer eine Bevorzugung bestimmter Medientypen bei der Auffindbarkeit auf Benutzeroberflächen gebe (z.B. Angebote des ÖR).

- Auch auf Telemedienangebote sollte der der Schutz gegen eigenmächtige Vereinnahmung und Vermarktung erstreckt werden, da es keinen Grund gebe, digitalen Presseangeboten diesen Schutz zu versagen.
- Die Notwendigkeit eines medienrechtlichen Verbotes von Adblockern außerhalb des Kontextes von Medienplattformen wurde gefordert.
- Die Einführung eines Diskriminierungsverbotes für Intermediäre sei unverzichtbar notwendig.
- Die Regulierung von Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Intermediären dürfe die elektronische Programmpresse nicht beeinträchtigen.
- Die Einführung einer Lizenzpflicht für Rundfunk im offenen Internet sei abzulehnen; stattdessen sollte die Lizenzpflicht für alle linearen Medien und damit auch für Fernsehen im offenen Internet abgeschafft werden.
- Die Lockerung der Werbezeitenregulierung wurde abgelehnt.
- Die Umsetzung europäischer Regulierung audiovisueller kommerzieller Kommunikation in Kindersendungen wird zu Unrecht auf digitale Kinder- und Jugendmedien i. S. von § 54 Abs. 2 RfStV erstreckt und sei im Übrigen zu weitgehend.

Am 18. September hatte dann die Rundfunkkommission über den Entwurf des Medienstaatsvertrages beraten.

Zu einer Einigung kam es dabei vorerst noch nicht, vielmehr bestand am Ende insbesondere hinsichtlich des Diskriminierungsverbots für Medienintermediäre (§ 53 e MStV-E) noch Diskussionsbedarf. Einige Länder hatten die Sinnhaftigkeit des vorliegenden Regelungsentwurfs in Frage gestellt und sich für eine Abschwächung, oder sogar eine Streichung ausgesprochen.

In Abstimmung mit dem BDZV hatte sich der VSZV Anfang Oktober des Berichtsjahres mit einem Schreiben an das Staatsministerium und Ministerpräsident Kretschmann gewandt und die Verpflichtung von Intermediären zur Gewährung von Diskriminierungsfreiheit angemahnt. Eine solche trage dazu bei, dass eine freie und vielfältige Meinungsbildung in der digitalen Welt weiterhin möglich sein werde.

Die Bundesländer hatten dann am 5. Dezember 2019 über den Medienstaatsvertrag beschlossen. Das Notifizierungsverfahren vor der EU-Kommission wurde eingeleitet.

Gleichzeitig haben die Länder die Arbeiten zur Formulierung der Begründung des Medienstaatsvertrages aufgenommen.

Auch zu den intendierten Begründungsentwürfen bestand das Erfordernis, nochmals Stellung zu nehmen, da die Begründung eines solchen Regelwerks maßgeblich ist für die künftige Auslegung von Vorschriften.

So hatte sich der VSZV mit Schreiben vom 25. Februar 2020 nochmals an das Staatsministerium und Ministerpräsident Kretschmann gewandt, da unklar war, wie die Länder sich zu der Frage der von den Presseverbänden geforderten Verpflichtung von Intermediären zur Gewährung von Diskriminierungsfreiheit im Einzelnen positioniert hatten.

Hierzu hatte sich das Land Baden-Württemberg jedoch erfreulich klar positioniert. Regierungssprecher Hoogvliet antwortete dem Verband: „Baden-Württemberg hat sich in den Abstimmungen zum Medienstaatsvertrag stets besonders für den Schutz der Inhalteanbieter und für die Sicherung der Meinungsvielfalt durch ein Diskriminierungsverbot eingesetzt. Der Begründungsentwurf zum Medienstaatsvertrag werde derzeit auf Fachebene erarbeitet. Eine politische Befassung zum Entwurf der Begründung ist derzeit für den 11. März 2020 vorgesehen. Baden-Württemberg hatte bereits in der vergangenen Woche auf Fachebene einen Vorbehalt gegen die auch von Ihnen kritisierte Ziff. 94 eingelegt. Wir erarbeiten hierzu derzeit einen Änderungsvorschlag. Dieser wird in der kommenden Woche zunächst erneut auf Fachebene diskutiert werden.“

Mittlerweile war auch die EU-Kommission im Notifizierungsverfahren zu einem Ergebnis gelangt. Die EU-Kommission hatte am 28. April 2020 durch einen Sprecher verlauten lassen (siehe epd Medien 18/20 vom 1. Mai 2020), dass mehrere Bestimmungen des Vertragsentwurfes „einige Bedenken hinsichtlich der Vereinbarkeit mit dem EU-Gesetzesrahmen aufwerfen“. Die EU-Kommission machte allerdings nicht öffentlich, welcher Art ihre Bedenken genau sind. Sie sollten aber die Bundesländer zur Reflexion anregen, „wie man den Vertragsentwurf besser mit unseren geteilten politischen und rechtlichen Verpflichtungen in Übereinstimmung bringt“, erläuterte der Sprecher. Hier gehe es insbesondere um die Vereinbarkeit mit zwei EU-Gesetzen, der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr und der Richtlinie über die audiovisuellen Mediendienste (AVMD-Richtlinie). Die Kommission hätte den Vertrag nach der dreimonatigen Notifizierungsfrist, die am 27. April endete, auch einen weiteren Monat aufhalten können, wenn sie stärkere Bedenken gehabt hätte. Ganz ohne Bedenken hätte sie ihn ohne Kommentare freigegeben.

Die rheinland-pfälzische Staatssekretärin Heike Raab (SPD) begrüßte die Brüsseler Entscheidung. „Wir waren immer davon überzeugt, dass der Medienstaatsvertrag einen wichtigen Beitrag zur Medienvielfalt in Deutschland und

Europa leistet“, erklärte die Bevollmächtigte des Landes für Medien und Digitales. Nach Unterzeichnung durch die Regierungschefs der Länder könne der Vertrag nun zügig den Länderparlamenten zur Ratifikation vorgelegt werden. „Ich bin optimistisch, dass er im Herbst in Kraft treten kann“, sagte Raab.

6. Online-Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Die Telemedienangebote der ARD-Sender hatten in den letzten Jahren immer wieder zu Auseinandersetzungen mit den Verlegern geführt. Jahrelang zogen sich bspw. die Streitigkeiten um die sog. Tagesschau App hin.

Eine gewisse Zäsur gab es bereits am 14. Juni 2018, anlässlich der Konferenz der Ministerpräsidenten. Die Ministerpräsidentenkonferenz hatten zu diesem Zeitpunkt den Telemedienauftrag von ARD, ZDF und DLF neu gefasst. Er schreibt nun den Status Quo bei nicht sendungsbezogenen Angeboten fest, es bleibt zuerst einmal bei einem gesetzlichen Verbot der Presseähnlichkeit. Dabei sollte eine klare Fokussierung auf Bewegtbild und Ton erfolgen, also auf die klassischen Elemente des Rundfunks. Auch bei sendungsbezogenen Angeboten sollte dann eine Einbindung von Bewegtbild oder Ton erfolgen; hier waren die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bislang weitgehend frei. Neu war auch die Einrichtung einer **Schlichtungsstelle**, die paritätisch besetzt werden sollte.

Das bedeutet: Klageverfahren sind damit jedoch auch in Zukunft nicht ausgeschlossen.

Schlichtungsstelle: Verlage und Öffentlich-Rechtlicher Rundfunk treten anlassbezogen zusammen

Knapp ein Jahr nachdem die Ministerpräsidenten der Länder mit den Beschlüssen ihre Bereitschaft für einen neuen Rundfunkstaatsvertrag zum Ausdruck brachten, für einen fairen Interessenausgleich zwischen dem Öffentlich-Rechtlichen Rundfunk und Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen in der digitalen Welt zu sorgen, wurden nun die Eckpunkte für das Zusammentreten der sog. Schlichtungsstelle vereinbart. Das Gremium soll bei möglichen Streitfällen entscheiden, wenn Verlage ein Angebot von ARD, ZDF oder Deutschlandradio für unzulässig hält.

In dem paritätisch besetzten Gremium, das ab 1. Mai 2019 anlassbezogen zusammentreten soll, sollten auf Seiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks teilnehmen: der ARD-Vorsitzende Ulrich Wilhelm (BR), seine Stellvertreterin Karola Wille (MDR) sowie derjenige Intendant, der das jeweils strei-

tige Angebot verantwortet; für das ZDF sollen in diesem Fall Intendant Thomas Bellut, Justiziar Peter Weber und der Leiter der Hauptredaktion Neue Medien, Eckart Gaddum, an dem Schlichtungsgespräch teilnehmen. Auf Seiten des BDZV engagieren sich BDZV-Präsident Dr. Mathias Döpfer und einer seiner vier Stellvertreter in dem Gremium. Hinzu kommt jeweils ein Vertreter/eine Vertreterin desjenigen Verlags, der das fragliche öffentlich-rechtliche Angebot für unzulässig hält.

Die Schlichtungsstelle für Streitfälle zwischen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und Presseverlagen zu den Internetangeboten der Sender musste im Berichtsjahr allerdings nicht tätig werden.

7. Datenschutz/ ePrivacyVO und TMG / Datenschutzrechtlicher Streit um das Webtracking

Der administrative Aufwand der Umsetzung der am 25. Mai 2018 in Kraft getretenen Datenschutzgrundverordnung (DS GVO) für die betroffenen Verlagsunternehmen ist immens. Die Vorschriften haben auf breiter Ebene zu Verunsicherung geführt.

Der VSZV hatte aus diesem Grunde unter dem Dach des Fachausschusses Digitale Medien die Arbeitsgruppe DS GVO gegründet, in der unter der Leitung des Gremien-Vorsitzenden, Vorstandsmitglied Martin Wilhelm, ständig ca. 15 bis 20 Vertreter aus Mitgliedsunternehmen aktuelle Fragestellungen aus dem Datenschutzrecht besprechen und gemeinsam Lösungen entwickeln.

Eine der zentralen Aufgaben dieses Gremiums ist die **Erarbeitung der VSZV Wissens-Datenbank Datenschutz** gemeinsam mit der Frankfurter AGOR AG. Der VSZV hatte die Mitgliedsunternehmen in monatlichen ausführlichen Sonderrundschreiben über den Fortgang informiert. Über die Wissensdatenbank ist in der Berichterstattung zur Gremienarbeit, siehe dort unter Ziff. 6 (Berichterstattung zur Mitgliederversammlung), ausführlich berichtet worden.

In der zweiten Hälfte des Berichtsjahres 2019 rückte insbesondere die sog. ePrivacy Verordnung (ePrivacyVO) in den Mittelpunkt des Interesses. Schon im Januar 2017 hatte die EU-Kommission einen ersten Entwurf für eine ePrivacyVO vorgelegt, die in den Mitgliedstaaten unmittelbar anwendbar sein und die geltende so genannte E-Privacy-Richtlinie von 2002 in unmittelbar geltendes Recht umsetzen soll.

Im Hinblick auf personenbezogene Daten ist sie als das gegenüber der DS GVO speziellere Gesetz konzipiert. Die ePrivacyVO soll jedoch nicht nur für die endgerätebezogene Verarbeitung von Daten mit Personenbezug gelten. Geschützt werden Informationen schlechthin, sofern diese nur von internetfähigen Geräten verarbeitet werden. Ziel der Regelungen ist es unter anderem, EU-weit verbindliche Vorgaben zur Verarbeitung endgerätebezogener Daten im Internet festzulegen. Sie soll die Bestimmungen der DS GVO ergänzen und vor allem auch mitbestimmend sein, welche Voraussetzungen künftig an das Instrument des Webtracking durch Verwendung sog. Cookies gestellt werden, der Dienstprogramme also, die einerseits dem Nutzer eines digitalen Angebots ein komfortables Nutzungserlebnis sichern sollen und andererseits der Werbewirtschaft bei der Einsteuerung sog. personalisierter Werbung auf die Website eines Inhabers behilflich sind.

Bei der Diskussion über die ePrivacyVO geht es deswegen um nicht weniger als um die Zukunftschancen deutscher Unternehmen auf den digitalen Märkten.

Im Jahr 2019 hatten zuerst Rumänien, ab Juli Finnland die EU-Ratspräsidentschaft inne. Die rumänische Ratspräsidentschaft strebte an, bis Juni 2019 eine allgemeine Ausrichtung der Haltung der Mitgliedstaaten zu den aufgeworfenen Fragen festlegen zu lassen, was allerdings nicht gelungen ist. Auch unter der daran anschließenden finnischen Ratspräsidentschaft scheiterte eine Einigung über die Inhalte, nachdem diese am 4. Oktober 2019 einen abermals aktualisierten Entwurfstext zur ePrivacyVO vorgelegt hatte, der zur Abstimmung Ende November im vorbereitenden COREPER Verfahren sogar mehrfach geändert wurde. Eine Änderung enthielt der Text nun für die Erlaubnis der Verarbeitung elektronischer Kommunikationsdaten durch die Anbieter elektronischer Kommunikationsnetze und -dienste, wenn dies „notwendig“ für die Erbringung des Dienstes ist. Als Vorteil dieser Lösung wurde angeführt, dass der Begriff „elektronischer Kommunikationsdienst“ im Kodex für elektronische Kommunikation klar definiert sei und so gleichzeitig ein flexiblerer Bearbeitungsgrund etabliert wird, der mehr erlaubt als die bloße Übertragung der Kommunikation.

Mit Blick auf die Zugangsbedingungen zu Webseiten mit datengetriebenen Geschäftsmodellen drehte sich die Diskussionen im EU-Rat hauptsächlich um die Frage der Zulassung eines bedingten Zugangs zu Website-Inhalten. Erkannt wurde, dass die Notwendigkeit besteht Regelungen zu finden, die bestehende Geschäftsmodelle nicht untergraben und gleichzeitig die einschlägigen Bedingungen der DS GVO reflektieren.

Aber:

- Unverändert bestand das Problem fort, welches sich in Art. 10 des vorgelegten e-Privacy-Verordnungsvorschlags niedergeschlagen hat: Dieser sah vor, dass Nutzer bei der Erstnutzung eines Endgeräts, der Installation von Browser-Software bzw. dem ersten Zugriff auf das Internet über einen Browser, in den Browsereinstellungen festlegen müssen, welche Art der Datenverarbeitung sie zulassen möchten oder nicht. Dies würde bedeuten, dass eine Großzahl der Nutzer die Datenverarbeitung durch Cookies und ähnliche Technologien über die Internet-Zugangsoftware bereits unterbinden würde. Auch dann, wenn sie eigentlich einem bestimmten Dienst oder einer bestimmten Website ihre Einwilligung erteilen würden. Eine solche Voreinstellung wäre nur über einen mühsamen Gang über die Browsereinstellungen rückgängig zu machen. Nicht jedoch z.B. über eine explizite Einwilligung auf der Website, z.B. über einen Cookie-Banner. Die Browservoreinstellungen wären für den entsprechenden Dienst unumgebar!

Das bedeutet:

- Browservoreinstellungen würden horizontal für alle Websites festlegen, welche Datenverarbeitung möglich ist und welche nicht. Es muss davon ausgegangen werden, dass ein Nutzer ohne Vorkenntnisse sich für die restriktivsten Voreinstellungen entscheidet. Dies hätte nicht nur wesentliche Auswirkungen auf werbefinanzierte Medien, sondern auch auf das Nutzungserlebnis.
- Die Browserhersteller (Google für Chrome, Apple für Safari, Microsoft für Internet Explorer bzw. Edge, Mozilla für Firefox, etc.) bestimmen über die Einwilligung der Nutzer und übernehmen damit die Vorherrschaft über die Datenverarbeitung. Damit einher gehen die Bevorzugung eigener Dienste (vorteilhafte Browservoreinstellungen für eigene Dienste) und somit ein wesentlicher Wettbewerbsvorteil auf dem Werbemarkt.
- Die Position des Europäischen Parlaments sah vor, dass Browsersoftware standardmäßig die restriktivsten Voreinstellungen für Datenverarbeitung vorsehen muss. Dies würde bedeuten, dass die Nutzer ohne jegliche Einwilligung zur Datenverarbeitung auf das Internet zugreifen würden. Eine Platzierung bzw. das Auslesen von Cookies wäre damit quasi unmöglich.

Weiterhin:

- Art. 9 des e-Privacy-Verordnungsvorschlags sah vor, dass die Einwilligung gemäß DS GVO, also „freiwillig“ erfolgen muss. Einige Datenschutz-Behörden legen die Freiwilligkeit so aus, dass die Einwilligung zur Datenverarbeitung nicht zur Bedingung für den Zugriff

auf eine Website bzw. einen Dienst gemacht werden darf. Es bestehe also ein Kopplungsverbot zwischen der Einwilligung und der Bereitstellung einer Website oder eines Dienstes. Dies würde bedeuten, dass ein Verlag seine Website auch ohne Einwilligung zur Datenverarbeitung bereitstellen müsste. Dies würde die Ausspielung von personalisierter Werbung auf Verlagsseiten verhindern und damit die werbewirtschaftliche Refinanzierung von digitalen Verlagsangeboten unmöglich machen.

- Von Seiten der Kommission und des Rates wurde regelmäßig behauptet, dass dies eine zwingende Folge der DS GVO sei und in der e-Privacy-Verordnung nicht von der Definition der Einwilligung aus der DS GVO abgewichen werden könne. Dies ist jedoch selbstverständlich nicht der Fall.

Somit lag dann zum Jahreswechsel 2019/2020 die Verantwortung für die Fortführung der Diskussion um die ePrivacyVO in den Händen der kroatischen Ratspräsidentschaft. Die Diskussion ist unverändert schwierig.

Eine wichtige rechtliche Erkenntnis, welche sich aus der ePrivacyVO ergibt, wurde in einem Rechtsgutachten, von Univ.-Prof. Dr. jur. Jürgen Kühling, LL.M. Regensburg im Auftrag der Verbände BDZV, VDZ, BVDW, ZAW, VAUNET (und vieler mehr) herausgearbeitet:

„Der Grundsatz „Lex specialis derogat legi generali“ greift auch bei der Auslegung und Anwendung des EU-Sekundärrechts. Wenn danach für den besonderen Bereich der elektronischen Kommunikationsdienste in der ePrivacy-VO speziellere Regelungen in der Form geschaffen werden, dass diese für den spezifischen Anwendungsbereich strengere, weniger strenge oder schlicht abweichende Bestimmungen schaffen, gehen diese den vergleichbaren Bestimmungen in der DS-GVO vor.“

und

„Die bislang vorgelegten Regelungsvorschläge genügen ... nicht. Sie verdrängen einwilligungsbasierte werbefinanzierte Dienstangebote im Medienbereich jenseits der großen Internetplattformen. Insgesamt bedingen sie erhebliche Eingriffe in die unternehmerische Freiheit aus Art. 16 Grundrechts-Charta (GRCh) und über die gefährdeten Finanzierungsmöglichkeiten insbesondere von nicht Log-In-basierten Geschäftsmodellen auch in die Medienfreiheit aus Art. 11 Abs. 2 GRCh, die nicht durch hinreichende Gründe des Datenschutzes gerechtfertigt sind.“

Vor diesem Hintergrund waren längst Auseinandersetzungen mit den auf Länderebene angesiedelten Datenschutzbehörden über die Frage der Zulässigkeit des für die Refi-

nanzierung von Webangeboten notwendigen Webtrackings nach den geltenden Regeln der DS GVO entbrannt. Sach- und Rechtsfragen, die, wie erwähnt, eigentlich durch die langerwartete ePrivacyVO hätten gelöst werden sollen. Denn ursprünglich hätte die EPrivacyVO gleichzeitig mit dem Inkrafttreten der DS GVO bereits am 25. Mai 2018 ihre Wirkung entfalten sollen.

So hatten sich die Datenschutzbehörden im Frühjahr 2019 an den BDZV gewandt und mitgeteilt, dass in mehreren Bundesländern Beschwerden vorlägen, in denen Betroffene ein „massives Werbettracking“ durch Online-Zeitungen und -Zeitschriften beanstanden würden. Hierüber wolle man mit der Branche in einen Dialog eintreten.

Am 26. August 2019 hatte ein erstes Gespräch mit Vertretern der Datenschutzkonferenz stattgefunden, an dem auch Vertreter aus Verlagen sowie von VDZ und ZAW teilgenommen haben. Der VSZV war in diesen Gesprächen durch ein Mitglied seiner Arbeitsgruppe DS GVO, David Pfau, AGOR AG, vertreten.

Am 21. Oktober 2019 hatte die zweite Gesprächsrunde stattgefunden.

Eventuell wird es im Jahre 2020 noch eine dritte Runde geben, in der mögliche Modellvorschläge zur Gestaltung von Einwilligungslösungen der Branche besprochen werden.

Im Kern ging es in den Gesprächen um folgende Rechtsfragen: Auf welcher Rechtsgrundlage können Nutzerdaten an Drittanbieter (wie Google, Facebook, Werbenetzwerke) weitergeleitet werden?

Die Auffassung der Vertreter der Datenschutzbehörden lässt sich, verkürzt dargestellt, wie folgt skizzieren:

Für den Einsatz von Tracking-Mechanismen und die Erstellung von Nutzerprofilen benötigt man die Einwilligung der Nutzer (Art. 6 Abs. 1 a DSGVO).

Das hatte der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit am 14. November 2019 in einer Pressemitteilung nochmals deutlich herausgestellt:

„Personenbezogenes Webtracking nur mit Einwilligung

Wenn Anbieter von in Websites eingebundenen Dritt-Diensten die dort erhobenen Daten auch für eigene Zwecke nutzen, muss hierfür vom Websitebetreiber eine explizite Einwilligung der Nutzerinnen und Nutzer eingeholt werden. Der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit, Ulrich Kelber, fordert daher Website-

Betreiber auf, ihre Websites umgehend auf entsprechende Dritt-Inhalte und Tracking-Mechanismen zu überprüfen: „Wer Angebote einbindet, die wie zum Beispiel Google Analytics rechtlich zwingend eine Einwilligung erfordern, muss dafür sorgen, von seinen Websitenutzern eine datenschutzkonforme Einwilligung einzuholen.“

Die Auffassung der Medienvertreter stützte sich auf eine Regelung in § 15 des noch geltenden Telemediengesetzes (TMG), der in seinem Abs. 3 Satz 1 folgendes festlegt: „Der Diensteanbieter darf für Zwecke der Werbung, der Marktforschung oder zur bedarfsgerechten Gestaltung der Telemedien Nutzungsprofile bei Verwendung von Pseudonymen erstellen, sofern der Nutzer dem nicht widerspricht.“

Aus Sicht der Medienvertreter gilt § 15 TMG gegenwärtig weiter („bedarfsgerechte Gestaltung von Telemedien“) bzw. auf Basis des „berechtigten Interesses“(Art. 6 Abs. 1 f DS GVO). D.h.: Es ist keine Einwilligung (bei journalistischen Webseiten) erforderlich, weil entweder § 15 Absatz (3) TMG greift, also eine „bedarfsgerechte Gestaltung der Telemedien“ oder § 6 Absatz 1 Nr. f DS GVO: „berechtigtes Interesse“.

Allerdings: Ende des Berichtsjahres wurden auch Vorbereitungen für die Änderungen des Telemediengesetzes im Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz (BMJV) und dem Bundesministerium für Wirtschaft (BMWi) diskutiert. Es besteht allerdings Uneinigkeit zwischen BMJV und BMWi, was die Übernahme von Inhalten aus der gegenwärtig vorliegenden ePrivacy-Richtlinie (s.o.) in das TMG angeht.

Während das BMJV offensichtlich einen weitgehenden Einwilligungsvorbehalt für das Setzen von Cookies bejaht und die bisherige Regelung des § 15 Abs. 3 TMG streichen will, mit der Folge, dass dann fortan für das Setzen und Auslesen von Cookies o.ä. ein absoluter Einwilligungsvorbehalt angenommen werden würde, wird diese Option angeblich vom zuständigen Fachreferat des BMWi abgelehnt.

Was die oben erwähnten Gespräche mit den Vertretern der DSK angeht, ist man im Jahr 2019 nicht mehr zu einem Ergebnis gekommen: Die divergierenden Rechtsauffassungen (s.o.) wurden protokolliert: „we agree to disagree“. Allerdings kam man überein, in einen weiteren Austausch über die Ausgestaltung von „Einwilligungsmodellen“ zu sprechen. Dabei stehen unter anderem auf der Agenda:

- Willensbekundung (Anklicken, Weiterscrollen ausreichend? Nein laut deutscher Aufsicht etc. ...)
- Informationspflichten
- Freiwilligkeit/Kopplungsverbot
- Widerrufsmöglichkeit
- Nachweisbarkeit der Einwilligung

Spätestens damit begann ab Herbst des Berichtsjahres eine Diskussion mit Anbietern sog. Consent Management Plattformen (CMP), um sich auf künftige Entwicklungen vorbereiten zu können und dann handlungsfähig sein zu können. Es sollten Vorbereitungen darüber getroffen werden, Nutzer darüber zu informieren für welche Zwecke ihre Daten erhoben und von wem sie verarbeitet werden. Zudem sollte diesen die Möglichkeit gegeben werden, die Einwilligung ggf. zu verweigern („Opt-out“). Consent-Management-Lösungen sollen genau das leisten: die Zustimmung für die Nutzung von Cookies abzufragen, zu dokumentieren und zu verwalten.

Befeuert wurde die Diskussion um die Frage der Einwilligung von Cookies auch durch das sehr wichtige Urteil des EuGH vom 1. Oktober 2019 (Planet 49 -Verfahren).

Dieser hat entschieden:

- Wenn eine Einwilligung in Cookies erforderlich ist, muss der Nutzer diese aktiv erteilen. Das Opt-Out durch Abwahl eines voreingestellten Ankreuzkästchens reicht hingegen nicht aus.
- Zu den zwingenden Informationen, die der Seitenbetreiber dem Nutzer erteilen muss, gehören Angaben zur Funktionsdauer von Cookies und dazu, ob Dritte Zugriff auf die Cookies erhalten können.
- Für die Anwendbarkeit von Art. 5 Abs. 3 der ePrivacy-RL macht es keinen Unterschied, ob es sich bei den im Endgerät des Nutzers gespeicherten oder abgerufenen Informationen um personenbezogene Daten handelt oder nicht. Das Unionsrecht soll den Nutzer vor jedem Eingriff in seine Privatsphäre schützen.

Allerdings hat der EuGH gerade folgende Fragen nicht beantwortet:

- Hätte der Anbieter Planet 49 überhaupt eine Einwilligung für seine Cookies benötigt?
- Welche Regelungen gelten nun für Cookies in Deutschland? DS GVO, TMG, ePrivacy-RL?
- Welche Rechtsgrundlage aus der DS GVO wäre überhaupt einschlägig? Berechtigtes Interesse
- Dürfen Einwilligungen an die Nutzung einer Webseite gekoppelt sein?

Zuerst einmal änderte also das Urteil des EuGH nichts. Erst das daraus resultierende Verfahren vor dem Bundesgerichtshof wird die Bedeutung für Deutschland anzeigen. Allerdings scheint sich bisher daraus ableiten zu lassen, dass eine Berufung auf § 15 Abs. 3 TMG nun schwieriger sein dürfte.

Der VSZV hat durch den Fachausschuss Digitale Medien und seine AG DS GVO diese Notwendigkeit rechtzeitig erkannt und in Sitzungen des Jahres 2019 (siehe oben,

Arbeit der Verbandsorgane Ziff. 5.1 und 5.2) ab Juni 2019 die ersten Vertreter von Anbietern solcher Lösungen zur Präsentation eingeladen, was der BDZV dann am 5. Dezember 2019 ebenfalls aufgegriffen hat.

Ebenfalls in den Fokus der Betrachtung gerieten sog. „**privacy walls**“, wie sie als erstes durch die österreichische Tageszeitung „Der Standard“ in Wien umgesetzt worden sind (<https://apps.derstandard.at/privacywall/>). Beim erstmaligen Aufruf der Website des Standard erscheint ein die Inhalte des Angebotes verdeckendes Fenster, das dem Nutzer die Möglichkeit lässt, der Nutzung des Angebots entweder unter Verwendung von Cookies für die Zwecke der Webanalyse und digitaler Werbemaßnahmen zu nutzen oder ein sog. „Pur-Abo“ abzuschließen, ein Digital-Abo mit dem die gesamte Website ohne zustimmungspflichtige Cookies und ohne Werbung genutzt werden kann.

Zum Anfang des Jahres 2019 hat der BDZV dann den Vertretern der Datenschutzkonferenz erste im Verband abgestimmte CMP-Lösungsmodelle zur Fortführung der Diskussion übersandt. Man wird gespannt sein müssen, ob es nun während der kroatischen Ratspräsidentschaft, die zum 1. Januar 2020 begonnen hat, einen Fortschritt in der Diskussion der Inhalte der ePrivacyVO geben wird. Das scheint bisher unverändert schwierig zu sein.

8. German Publisher Data Alliance (GPDA)

Das Projekt „German Publishers Data Alliance“ muss im Grunde im Zusammenhang mit den oben in den datenschutzrechtlichen Themen erörterten Fragestellungen betrachtet werden.

Geht es bei dem letztgenannten Themenkomplex darum, einer datengetriebenen Wirtschaft den Zugriff auf Nutzerdaten zu gewähren, um beispielsweise die eigenen Websites mit personalisierter Werbung anreichern zu können, versucht das Projekt „GPDA“ einen einheitlichen Zugriff auf Nutzungsdaten herzustellen, die die Medienbranche aufgrund ihres Engagements in unterschiedlichen Datenerfassungssystemen bereits vorhält, die aber zu wenig systematisch und nach relevanten Kriterien strukturiert für die Nutzergemeinschaft der deutschen Verlagsunternehmen zur Verfügung stehen.

So ist hierzu von der Grundannahme auszugehen, dass es neben standardisierten Verfahren und der Verknüpfung von Nutzungsdaten bereits eine große Datenbasis mit hoher Datenqualität gibt, die es ermöglichen könnte, ca. 200 Mio. Clientprofile mit angereicherten Informationen zu nut-

zen: Nutzungsmedium, Nutzung welcher Inhalte, Zeitverlauf der Nutzung, Nutzungsort, welche Websites werden noch besucht etc.

So werden z.B. alle Zeitungsverlage, die im Rahmen der agof-Studie oder der IVW Ausweisung Daten erheben lassen, auch durch die INFOnline gemessen, die den technischen Standard zur Erhebung von Nutzerdaten für Digital-Angebote (Digital Audience Measurement) setzt. Damit besteht grundsätzlich die Möglichkeit, diese Daten unter dem gemeinsamen Dach einer „German Publisher Data Alliance“ zu strukturieren und zu ergänzen und dann allen Mitgliedern dieser Gruppierung zur Verfügung zu stellen. Auch ist dazu kein technischer Mehraufwand erforderlich, ein Zugriff ist auf einer bereits bei allen Mitgliedern schon verwendeten und implementierten Technologie möglich. Es besteht damit die Aussicht, ein eigenes „German Data Universe“ zu kreieren, nicht zuletzt auch um der Marktmacht der GAFA-Unternehmen etwas entgegensetzen zu können.

Ohne Zweifel gibt es im Zusammenhang mit der Umsetzung dieses Projektes datenschutzrechtliche Fragen. In diesem Zusammenhang sei an die oben unter Ziff. 7 des Jahresberichtes (ePrivacyVO) schon erwähnten Bestrebungen der Browser-Hersteller erinnert, durch die Browservoreinstellungen die Entfaltungsmöglichkeiten der werbetreibenden Industrie (Stichwort Ermöglichung personalisierter Werbung) zu beschränken.

Hervorzuheben ist, dass es bei diesem intendierten Projekt nicht um eine „Tracking-Allianz“ der deutschen Medienanbieter geht, sondern um die Schaffung einer gesetzlich legitimen Möglichkeit, den Nutzern hochwertige inhaltliche digitale Medienangebote unterbreiten zu können.

Aus diesem Grunde ist im Projekt auch sicherzustellen, dass gemeinsam die Integration einer Consent Management Plattform (CMP) gelingt, die sicherstellt, dass Opt-Ins und Opt-Outs rechtskonform durchgeführt werden, damit die weitere Möglichkeit der Verwendung von Nutzerdaten auf eine rechtlich tragfähige Basis gestellt wird.

Das BDZV-Präsidium hatte sich des Themas im Sommer des Jahres 2019 angenommen. BDZV-Präsidenten Mathias Döpfner hatte sich unbedingt für das Projekt ausgesprochen und die unter dem Dach des BDZV vereinigten Verlagsunternehmen ermutigt, das Projekt weiterzuverfolgen.

Von Seiten des BDZV wurde Georg Hesse, conneri digital development GmbH (Hamburg), mit der organisatorischen Betreuung des Projekts betraut. Gegenwärtig wird ein Aktionsplan abgestimmt und in den BDZV-Gremien ein Vorschlag für die Finanzierung des Projektes im Wege einer

auflagenbezogenen Umlage diskutiert. Auch der VSZV-Vorstand ist neben den VSZV-Fachgremien Ausschuss digitale Medien/AG DS GVO mit der Thematik befasst. Sie war zuletzt Gegenstand der Gremiensitzungen der beiden Ausschüsse Ende Januar 2020.

9. Reduzierte Mehrwertsteuer auf digitale Produkte

Zeitungen wie Presse generell waren in Deutschland schon immer mit einem reduzierten Mehrwertsteuersatz von sieben statt 19 % belegt. Europarechtlich ist es möglich geworden, den reduzierten Mehrwertsteuersatz auch auf die digitalen Ausprägungen des Zeitungsjournalismus auszuweiten, was die Bundesregierung mit dem Jahressteuergesetz 2019 in Angriff nahm. Ein erster Entwurf der Regelung lag im Sommer des Berichtsjahres vor.

Unabdingbare Grundlage der Rechtsänderung war immer, dass Videos und hörbare Musik als mögliche Elemente digitaler Bücher, Zeitungen und Zeitschriften im europäischen Gesetzestext enthalten sind. Sehr problematisch war aber, dass der Gesetzestext mit explizit restriktiven Formulierungen zunächst deutlich hinter der EU-Richtlinie, Zusagen aus dem Ministerium und auch dem Referentenentwurf zurückblieb. Aus diesem Grund war auch zu befürchten, dass die Finanzbehörden im Zweifel nur reine E-Paper von der reduzierten Mehrwertsteuer erfasst sehen könnten.

Erfreulicherweise fiel das am 17. Dezember 2019 im Bundesgesetzblatt sodann veröffentlichte Gesetz zur weiteren steuerlichen Förderung der Elektromobilität und zur Änderung weiterer steuerlicher Vorschriften (Jahressteuergesetz 2019) im Ergebnis für die Zeitungsverlage sehr gut aus.

Insbesondere aufgrund eines von Verlegerverbänden beauftragten Gutachtens von Prof. Englisch (Uni Münster) sowie der Unterstützung der Bundeskulturstaatsministerin und der EU-Kommission konnte der zunächst völlig unzureichende Regierungsentwurf entscheidend verändert werden.

Die im Regierungsentwurf noch explizit ausgeschlossenen Datenbankangebote wurden sogar im Gesetzestext ausdrücklich in die Ermäßigung aufgenommen. Und auch Einzelpublikationen in der Form von Websites oder Apps (Plus-Angebote etc.) werden nun eindeutig begünstigt, soweit sie nicht „vollständig oder im Wesentlichen“ aus Videos oder hörbarer Musik bestehen.

Gerade auch persönliche Besuche von Verlegern, Geschäftsführern und Verlagsvertretern bei der EU-Kommission und dem EU-Parlament in Brüssel, bei den Regierungen der Bundesländer sowie bei Mitgliedern der Bundesregierung und des Bundestages haben diesen Erfolg bei diesem langjährigen Projekt möglich gemacht.

10. Bundesratsinitiative des Landes NRW: Änderung der Abgabenordnung zwecks Anerkennung der Gemeinnützigkeit von Journalismus

Im Berichtsjahr gab es Bestrebungen des Landes Nordrhein-Westfalen, über den Bundesrat den Entwurf eines Gesetzes zur Änderung der Abgabenordnung zwecks Anerkennung der Gemeinnützigkeit von Journalismus einzubringen.

Demnach soll nichtkommerzieller („gewinnzweckfreier“) Journalismus zukünftig die Gemeinnützigkeit erhalten können. Die von NRW eingebrachte Bundesratsinitiative behauptete in ihrer Begründung ein Marktversagen der Zeitungen.

Mit Schreiben vom 12. Juni 2019 hat der VSZV-Vorsitzende Valdo Lehari jr. sich an die baden-württembergische Finanzministerin Edith Sitzmann gewandt und in diesem unter Hinweis auf die tatsächliche Situation auf dem Zeitungsmarkt, sowohl bundesweit als auch bezogen auf die konkrete Situation in Baden-Württemberg, widersprochen: Es gibt noch immer 327 Tageszeitungen. Die Zahl selbständiger publizistischer Einheiten (selbständige Vollredaktionen) ist in den letzten Jahren nicht wesentlich zurückgegangen und liegt bei 114. Die Gesamtauflage der deutschen Zeitungen beträgt noch immer über 17 Millionen. Zusätzlich können die Menschen in Deutschland auf über 600 digitale professionelle journalistische Angebote mit lokalen Nachrichten – allein der Tageszeitungen – zugreifen.

Hinzu kämen 1268 Anzeigenblatttitel, die ebenfalls vielfältige Beiträge im Bereich des Lokaljournalismus liefern und örtliche Magazine. Die in der Begründung des Gesetzes dargelegte Auffassung treffe daher nicht zu. Baden-Württemberg verfüge darüber hinaus über eine ausgeglichene Zeitungslandschaft von insgesamt 51 Zeitungsverlagen, die mit einer Vielzahl von Zeitungstiteln das gesamte Landesgebiet abdecken. In den mittleren Auflagenklassen zwischen 10.000 und 50.000 verkauften Auflagenstück seien es alleine 26 Zeitungsverlage.

Der Gesetzesentwurf sei abzulehnen, da er die Meinungsvielfalt dadurch gefährde, dass sich große Spender zukünftig willfährigen Journalismus kaufen könnten und dafür dann noch vom Staat Steuergeschenke bekommen.

Auch werde über die Erfüllung der Kriterien der Gemeinnützigkeit von einer staatlichen Stelle entschieden. Hier bestehe die Gefahr, dass durch staatliches Handeln direkt in das „ob“ journalistischer Arbeit eingegriffen würde, nach der Formulierung des Gesetzes gegebenenfalls auch in das „wie“. Ein aufgrund staatlicher Entscheidungen handelnder Journalismus sei zwar von dem Entwurf sicher nicht intendiert, könnte sich aber aus der gewählten Konstruktion ergeben.

Das Gesetz werde damit der Pressevielfalt weiteren Schaden zufügen. Die Initiative ist aus Sicht von VSZV und BDZV medienpolitisch falsch und verfassungswidrig.

Frau Ministerin Sitzmann hat dem VSZV am 7. August 2019 geantwortet und mitgeteilt, dass sie unsere Sorge um Meinungsvielfalt, Wettbewerbsneutralität und unabhängigen Journalismus teilt. Außerdem wäre aus Sicht des Ministeriums eine Überprüfung des Förderungszwecks Journalismus „... durch die Finanzämter kaum administrierbar.“ Weiterhin führte sie aus: „Ihre Einschätzungen zur Zeitungslandschaft in Baden-Württemberg und bundesweit bestätigen mich darin, den vorliegenden Gesetzesantrag nicht zu unterstützen.“

V. AUS- UND WEITERBILDUNG



1. Seminarangebot für Verlagsmitarbeiter

Nachdem die Resonanz auf die Seminarangebote des VSZV für kaufmännische Verlagsmitarbeiter in der jüngeren Vergangenheit insgesamt stark rückläufig war und damit eine kostendeckende Ausrichtung des Seminarangebots nicht mehr realisierbar wurde, hat der VSZV die Ausschreibung von Seminaren für Verlagsmitarbeiter in Baden-Württemberg im Berichtsjahr 2019 eingestellt.

Das Seminarangebot, welches im Rahmen der Ausbildungskooperationen mit dem Verband Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV) seit 1999 besteht, wurde dagegen in 2019 erneut in Baden-Württemberg ausgeschrieben und von den VSZV-Mitgliedsverlagen gerne angenommen. So konnten in 2019 über den Verband Bayerischer Zeitungsverleger e. V. Seminare zu verlagsspezifischen Themen veranstaltet werden.

Im Berichtszeitraum sind in Bayern insgesamt 5 Seminare durchgeführt worden: Am 9. Mai 2019 fand das Seminar „Digital Sales im lokalen & regionalen Werbemarkt“ mit dem Referenten Thomas Gerke statt. Das Seminar wurde von sieben Teilnehmern besucht. Am 14. Oktober 2019 wurde das Seminar „Aktuelles Anzeigenrecht – Print und Online“ unter der Leitung von Dr. Michael Rath-Glawatz angeboten, das von zwölf Teilnehmern besucht wurde. Am 19. – 20. März, 2. – 3. Juli und 11. – 12. September 2019 fanden die jeweils zweitägigen Seminare „Vom Vertriebsinspektor zum verantwortlichen Gebietsleiter“ in Beilngries statt. Die drei Seminare wurden von den beiden Trainern Markus Bohl und Anton Mayer durchgeführt und von 42 Teilnehmern besucht. Von den 61 Teilnehmern, die die VBZV-Seminare insgesamt besucht haben, kamen 31 aus Baden-Württemberg.

2. Advise-Akademie

Im Berichtsjahr 2019 wurde zum vierten Mal erfolgreich das Gesamtprogramm zum „Mediaberater Crossmarketing“ für Nachwuchs-Mediaberater durchgeführt. An dem Programm haben 11 Nachwuchs-Mediaberater aus baden-württembergischen Zeitungsverlagen teilgenommen. Das Gesamtprogramm startete im Februar und verteilte sich über das ganze Berichtsjahr. Es beinhaltete folgende Seminar-Module:

- Crossmedia I, II + III (Referentin: Frau Christina D'Ilio, Netzstrategen)
- Verkauf I und II (Referent: Herr Hans-Joachim Zehender, Die Verlagsakademie)

- Verkauf III: Telefonverkauf (Referentin: Frau Gaby Hinrichs, Trainingsinstitut und Frieder Barth, Hamburg)
- Kreation (Referentin: Frau Barbara Seiler, adbest Schulungen)
- Best Practice

Das Angebot wird ständig überarbeitet und auf aktuelle Anforderungen des Marktes und der Verlage angepasst. Die Entwicklungen und das Ergebnis der Advise-Akademie fielen im Berichtsjahr 2019 mit einem positiven Ergebnis recht erfreulich aus. Das Programm der Advise-Akademie wurde im Berichtsjahr u. a. im BDZV-Vermarktungsausschuss in Frankfurt vorgestellt, um neue Teilnehmer über die Landesgrenzen hinaus für das Ausbildungsprogramm zu gewinnen.

3. Medienkaufmännische Berufsausbildung / Seminarangebote Prüfungsvorbereitungsseminar für auszubildende Medienkaufleute Digital/Print

Seit bereits 1983 organisiert 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 im Jahre 2019 haben sich im Vergleich zum Vorjahr 2018 (25 TN) mit 27 TN (alle Verbände) nicht wesentlich verändert, sind aber nicht mehr auf dem hohen Niveau der teilnehmerstarken Jahre 2008 bis 2009, in denen die Verbände pro Jahr 72 und 70 Teilnehmer/innen (verteilt auf jeweils drei Seminare) verbuchen konnten.

Im Einzelnen:

- MKL-1-2019 vom 18. – 22. Februar 2019: 7 TN VSZV, 6 TN Börsenverein LV Baden-Württemberg, SZV kein TN, gesamt 13 TN
- MKL-2-2019 vom 25. – 29. März 2019: 10 TN VSZV, 4 TN Börsenverein LV Baden-Württemberg, SZV kein TN, gesamt 14 TN

Gesamtteilnehmerzahl VSZV 2019: 17, Börsenverein LV BW: 10, SZV: 0

Im Vorjahr 2018 hatten sich 16 Teilnehmer (2017: 30 Teilnehmer) über den VSZV, 2 Teilnehmer (2017: 4 Teilnehmer) über den SZV und 7 Teilnehmer (2017: 16 Teilnehmer) über den Börsenverein angemeldet

Das Seminar MKL-3-2019 vom 23. – 27. September 2019 musste aufgrund zu geringer Teilnehmeranmeldungen (lediglich 3 Anmeldungen) abgesagt werden. In den Vorjahren 2016 bis 2018 war das jeweilige Herbstseminar ebenfalls abgesagt worden.

Die Verbände haben diesen Entwicklungen nun Rechnung tragen müssen. So werden ab dem Jahre 2020 grundsätzlich nur noch zwei Prüfungsvorbereitungsseminare, eines zur Frühjahrsprüfung und eines zur Herbstprüfung, angeboten werden, wobei die Ungewissheit besteht ist, ob sich die Nachfrage nach einer Herbstveranstaltung nochmals entsprechend entwickelt, so dass eine Veranstaltung wenigstens kostendeckend durchgeführt werden kann.

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. Der Zuschuss der Verbände pro gehaltene Nebenlehrerstunde beträgt 17,40 €. Abrechnungstechnisch betreut dies der Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Landesverband Baden-Württemberg, den Partnerverbänden wird jeweils Einsicht in die Abrechnungsunterlagen gewährt.

VI. JBB – JOURNALISTISCHE BERUFSBILDUNG



1. Ausbildungs- und Seminararbeit 2019

Im Jahr 2019 wurden von der JBB jeweils drei klassische Grundlagen- und drei Aufbau Seminare im Bereich der Volontärsausbildung mit insgesamt 160 Volontären für die Redaktionen der VSZV-Mitgliedsverlage abgehalten. Außerdem wurden mehrere Zwei-Tagesseminare durchgeführt. Hinzu kamen fünf von der JBB organisierte Veranstaltungen für den Verein für Medieninformation und -dokumentation (vfm) in Bonn. Die von der JBB im journalistisch-redaktionellen Bereich abgehaltenen Seminare, fanden in Stuttgart (LE-Stetten) statt.

Die Grundlagen- und Aufbau Seminare waren im Jahr 2019 mit bis zu 30 Teilnehmer pro Kurs sehr nachgefragt und damit ausgebucht. Gut besucht waren auch die Zwei-Tagesseminare „Die Lust am Lesen wecken“, „Nachrichtenauswahl“ und „Kommentar“, „Facebook, Twitter und was sonst noch kommt“, „Kreatives Schreiben“, „Gehirngerechtes Schreiben“, „Gerichtswesen“, „Haushalt der Gemeinde“, „Interviewtechnik“ und erneut die beiden allgemeinbildenden Pilotseminare als Vorläufer des neu modifizierten Aufbau Seminars ab 2020.

2019 mussten die Seminare „Redigieren für die Tageszeitung“, „Mobile Videoproduktion“, „Community-Management im Redaktionsalltag“, „Mobile Reporting für Einsteiger“, „Grund- und Aufbaukurs Photoshop“, „Feature“, „Porträt“, „Modernes Zeitungsdesign“, „Fotos für die Tageszeitung und fürs Web“ und die Seminare „Sportjournalismus“ und „Datenjournalismus“ sowie einmal „Haushalt der Gemeinde“, „Wirtschaft im Lokalen“ und einmal „Interviewtechnik“ mangels zu geringer Teilnehmerzahlen abgesagt werden. Insgesamt fanden daher auch keine Ein-Tagesseminare statt. Die angedachte Zusammenarbeit mit dem Deutschen Journalistenverband Baden-Württemberg (DJV/BW) kam bisher nicht zustande.

Erneut war festzustellen, dass die grundlegenden Ausbildungsseminare für Volontäre nach wie vor sehr gut belegt wurden, aber die der tariflichen Weiterqualifizierung der Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen dienenden Seminarangebote nur beschränkt wahrgenommen worden sind.

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 JBB-Seminare des VSZV schließen lässt. Hierbei ist vor allem die gute Zusammenarbeit mit dem Luxemburger Wort, dem Landtag von Baden-Württemberg und der Landtagsfraktion der „Grünen“ hervorzuheben.

2. Umfrage zur Volontärsausbildung 2019 / 2020

Seit 2007 wird jährlich auf der Grundlage eines Fragebogens durch den Bundesverband der Zeitungsverleger (BDZV) Berlin in allen 16 Bundesländern die Zahl der Redakteure und Volontäre bei allen Mitgliederverlagen erhoben. Gleichzeitig dienen diese Zahlen als Grundlage für die Tarifverhandlungen zwischen BDZV und DJV bzw. gewähren insgesamt einen Blick auf den journalistisch-redaktionellen Ausbildungs- und Arbeitsmarkt in Deutschland.

Die Umfrage des VSZV zur Volontärsausbildung in Baden-Württemberg ergab zum Stichtag 1. Januar 2019 / 2020 folgendes Bild: In 39 Verlagen wurden insgesamt 168 Volontäre ausgebildet. Damit ist die Anzahl der Volontäre gegenüber dem Vorjahr 2018 leicht angestiegen. Gleichzeitig gibt es, wie auch in den Vorjahren, erneut mehr weibliche als männliche Volontäre (alle Angaben ohne Gewähr).

Die Zahl der ausbildenden Verlage ist leicht gestiegen. Seit 2018 konnte allerdings durch die Rückkehr der Badischen Neuesten Nachrichten (BNN) in den VSZV die Anzahl der Volontäre wieder gesteigert werden. Im Jahr 2019 waren es 42 Verlage, darunter 40 Mitgliederverlage.

Es wurde erneut die Anzahl der fest angestellten Redakteure und Volontäre erhoben. Die aktuelle Umfrage ergab, dass in den baden-württembergischen Tageszeitungsverlagen zum Stichtag 1. Januar 2019 / 2020 insgesamt 1.912 Redakteure beschäftigt waren. Das sind im Vergleich zum Jahr 2017 zur Zeit 30 Stellen mehr. Durch die wirtschaftliche Lage der Verlagshäuser und durch mögliche Fusionen in der Zeitungsbranche ist aber mit einer Reduzierung der Redakteursstellen ab 2020 zu rechnen. Dies betrifft auch die Bereitschaft der Tageszeitungen künftig Volontäre als Nachwuchskräfte auszubilden. Gegenwärtig gibt es bei den Mitgliederverlagen in Baden-Württemberg 168 Volontärstellen (alle Angaben ohne Gewähr).

Gemäß Ausbildungs-Tarifvertrag 2018 umfasst die Volontärsausbildung zwei Jahre. Einzelne Verlage legen auch eine Ausbildungszeit von 27 Monaten zugrunde. Im Falle der exklusiven trimedialen Ausbildung (Print/Funk/Fernsehen) sind vereinzelt sogar drei Jahre vorgesehen.

Der Anteil der Volontäre mit Hochschulabschluss ist 2019 weitgehend stabil geblieben. Insgesamt verfügen knapp 90 Prozent über einen Bachelor- oder Masterabschluss einer staatlichen Universität, Hochschule oder privaten Hochschule. Der Anteil der Volontäre mit Abitur oder Mittlerer Reife mit Berufsausbildung hat sich insgesamt verringert. Der Anteil der Volontäre mit abgebrochenem Studium hat sich gleichfalls reduziert und stellt aktuell nur den Einzel-

fall dar. Die Anzahl der Volontäre mit Hochschulabschluss in Kommunikationswissenschaften oder Journalistik ist gleichfalls gesunken. Vereinzelt sind jedoch auch wesentlich lebensältere Volontäre anzutreffen, die sogar über höhere Universitätsabschlüsse verfügen.

3. Seminare für Volontäre und Redakteure 2019

Im redaktionellen Bereich gab es im Berichtsjahr folgende Veranstaltungen:

- 3 zweiwöchige Grundlagenseminare
- 3 einwöchige Aufbauseminare
- 2 einwöchige Pilotseminare
- 20 zweitägige Fachseminare

4. Vorläufige Ergebnisse der Umfrage 2019 / 2020 zum Bildungsangebot der Journalistischen Berufsbildung im Südwestdeutschen Zeitungsverlegerverband

- Das aktuelle Bildungsprogramm der JBB ist?
Note 2,22.
- Die Ausweitung des Aufbauseminars auf zwei Wochen ist?
Note 1,63.
- Das Angebot an Zwei-Tages-Seminaren halten wir für passend?
Note 1,754.
- Die Zwei-Tages-Seminare benötigen eine Mindestteilnehmerzahl.
Soll ein Last Call an alle VSZV-Verlage gegeben werden?
Note 2,05.
- Wie zufrieden sind Sie bzw. Ihr Haus mit der Abwicklung der Seminare?
Note 2,16.
- Wie schätzen Sie bzw. Ihr Haus die Zusammenarbeit mit der JBB-Leitung ein?
Note 2,0.

5. Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB

Im Oktober 2019 fand eine Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB statt.

Neu in den Beirat berufen wurde Alexander Hettich, Heilbronner Stimme, als Ersatz für Daniel Stahl, der zur BNN gewechselt ist. In Vertretung des kurzfristig erkrankten Seminarleiters Dr. Matthias Molt erläuterte der damalige VSZV-Geschäftsführer Stephan Bourauel die positive Entwicklung der finanziellen als auch der inhaltlichen Ergebnisse der JBB-Seminararbeit.

Die Inhalte des bewährten Grundlagenseminars mit den Themen Qualitätsjournalismus, Nachrichten- und Berichtsformen, Einführung in Social-Media, Interviewtechnik, Konservative/Multimediale Recherche, Landtag/Landespolitik, Wertende Texte/Kultur und Presserecht sind nach wie vor als Voraussetzung der redaktionellen Arbeit dringend erforderlich.

In der Retrospektive haben sich die neuen Pilotseminare seit 2018 mit den Inhalten Europäische Union (EU), Heimat und Region, Wirtschaft, Justiz/Strafprozeß und Gemeindeverfassung/Gemeindehaushalt (Kommunale Doppik 2020) im Sinne des Wissensmanagements für die Volontäre inzwischen sehr bewährt. Die Integration dieser Themen in das neue Aufbauseminar hat sich in der beruflichen und redaktionellen Praxis als sehr förderlich erwiesen. Die Rückmeldungen aus den Verlagen sind 2018 / 2019 ausnahmslos positiv gewesen.

Der Ablauf des neuen Aufbauseminars ist somit grundlegend geändert worden. Die erste Woche des Seminars wird wechselweise durch Simon Walter (Pforzheimer Zeitung), Daniel Stahl (Badische Neueste Nachrichten/Karlsruhe) und Jörg Hunke (Berliner Zeitung) durchgeführt. Insbesondere werden dort nun die Themenbereiche Umgang mit Social Media, Datenjournalismus, Online-Journalismus, Live-Übertragung, Umgang mit data-tools etc. gelehrt. Hinzu kommt das Thema Deutscher Presserat mit dem Referenten Maximilian Högler (Süddeutsche Zeitung/München) und zur Deutschen Presseagentur mit Henning Otte (Politikchef DPA-Chefredaktion/Berlin). Bei den Volontären kommen die neuen Inhalte sehr gut an, es besteht ein hoher Informationsbedarf und es gibt inhaltlich sehr erfreuliche Rückmeldungen.

6. VSZV-Vertreter des JBB-Vorstandes

- Tilmann Distelbarth, Verleger Heilbronner Stimme (Stellvertretender Sprecher)
- Rechtsanwalt Dr. Holger Paesler, Geschäftsführer VSZV, ab 2020
(in Nachfolge von Rechtsanwalt Stephan Bourauel, vormals Geschäftsführer VSZV bis 2019)
- Thomas Satinsky, Verleger Pforzheimer Zeitung
(in Nachfolge von Dr. Christiane Bechtle-Kobarg, Herausgeberin EBlinger Zeitung)
- Gerhard Ulmer, Verleger Ludwigsburger Kreiszeitung

7. DJV-Vertreter des JBB-Vorstandes

- Sascha Bickel, Fränkische Nachrichten (Sprecher)
- Kathrin Konyen, Freie Journalistin
- Annika Wind, Freie Journalistin
- Robert Bergmann, Badische Zeitung

8. JBB-Beirat aus VSZV- und DJV-Vertretern

- Madeleine Bierlein, Mannheimer Morgen
- Karl Geibel, ehemals Leonberger Kreiszeitung
- Markus Brenner, Badisches Tagblatt, Baden-Baden
- Henning Otte, DPA Berlin
- Thomas Satinsky, Pforzheimer Zeitung
(wechselte zum Ende des Jahres in den Vorstand)
- Hans-Peter Schreijäg, Schwarzwälder Bote, Oberndorf
- Alexander Hettich, Heilbronner Stimme
(in Nachfolge von Daniel Stahl, ehemals Heilbronner Stimme, jetzt Badische Neueste Nachrichten Karlsruhe)
- Matthias Stelzer, Südwest Presse, Ulm
- Armin Zimny, Reutlinger General-Anzeiger
- Simon Walter, Pforzheimer Zeitung

9. Seminarprogramm 2020

Das Seminarprogramm 2020 der JBB enthält wiederum ein umfassendes Bildungsangebot für die Mitarbeiter der Zeitungsverlage.

Im Jahr 2020 werden alle Seminare wieder angeboten, die auch im Jahr 2019 ausreichend Interessenten gefunden haben.

Darüber hinaus wurde das Seminarprogramm 2020 mangels Teilnehmern in einzelnen Bereichen deutlich reduziert. Ein-Tagesseminare finden zur Zeit nicht statt. Zwei-Tagesseminare finden inzwischen aus Kostengründen nur noch mit mindestens acht Teilnehmern statt. Dafür finden ab 2020 jeweils vier Grund- und Aufbau-seminare mit einer Ausbildungszeit von jeweils zwei Wochen statt. Somit beträgt die verpflichtende theoretische Volontärausbildung gemäß Ausbildungstarifvertrag insgesamt vier Wochen.

Die erweiterte Ausbildung der Volontäre im JBB-Aufbauseminar ist digital und inhaltlich zeitgemäß auf einem sehr hohen Stand. Jedoch bestehen aufgrund der sehr unterschiedlichen Ausbildungs- und Studiengänge im Rahmen des EU-Bologna-Prozesses durchaus divergierende Wissens- und Kenntnisstände was das Allgemeinwissen und die gesellschaftspolitischen Grundkenntnisse anbetrifft. Es ist festzustellen, dass der Abschluss Bachelor of Art (B.A.) nur eine Mindestvoraussetzung für den Beruf des Redakteurs sein kann. Volontäre, mit dem Abschluss der Hochschulreife ohne Studium, oder Volontäre mit einer anderen Berufsausbildung ohne Abitur, sind inzwischen die absolute Ausnahme.

Sämtliche Seminare finden normalerweise in der Tagungsstätte des Evangelischen Jugendwerkes Württemberg im Bernhäuser Forst in Leinfelden-Echterdingen-Stetten statt, beinhaltet jedoch keine Verpflichtung oder Berechtigung zur Übernachtung, da das stark nachgefragte Haus fast ständig überbucht ist. Daher wird es künftig erforderlich sein, dass sich die Verlage bei den zeitgemäßen Qualitätsansprüchen ihrer Mitarbeiter hinsichtlich Verpflegung und Übernachtung selbstständig und rechtzeitig um die Unterkunft ihrer Teilnehmer kümmern müssen.

In begründeten Ausnahmefällen müssen auch alternative Tagungsstätten im Raum Stuttgart in Betracht gezogen werden.

Insgesamt stehen ab 2020 jeweils circa 30 Plätze für die vier tariflich verpflichtenden JBB-Grund- und Aufbau-seminare pro Jahr sowie eine variable Anzahl von journalistischen Fachseminaren ab acht Teilnehmern für interessierte Volontäre und Redakteure zur Verfügung.

VII. LANDES- PRESSEBALL, KONGRESSE



Landespresseball 2019

Am 8. November 2019 fand in der Stuttgarter Liederhalle der 60. Landespresseball statt. 2300 Besucher aus Politik, Wirtschaft und Sport erlebten einen kurzweiligen Abend mit den unterschiedlichsten Showeinlagen. Der baden-württembergische Ministerpräsident Kretschmann konnte wieder als Schirmherr der Veranstaltung agieren, nachdem er im Vorjahr erkrankungsbedingt den baden-württembergischen Innenminister Strobl bitten musste, ihn zu vertreten. Auch der Stuttgarter Oberbürgermeister Fritz Kuhn war dieses Jahr wieder mit von der Partie und voll des Lobes über die Veranstaltung: Der Ball ist eine schöne Tradition und ein gesetzter Termin im Stuttgarter Jahreskalender.“

Nachdem es im Vorjahr Lücken gab, war diesmal das Kabinett fast vollständig gekommen. Landtagspräsidentin Mutterer Aras konnte neben vielen anderen Landespolitikern Innenminister Thomas Strobl (CDU), Wirtschaftsministerin Nicole Hoffmeister-Kraut (CDU), Umweltminister Franz Untersteller (Grüne) und Kultusministerin Susanne Eisenmann (CDU) begrüßen.

Dieter Thomas Kuhn als Stargast war für viele der Wunschkandidat für das Musikprogramm und hatte bereits im Jahre 2010 einmal den Saal zum Toben gebracht. Er versprach einen „sehr, sehr großen“ Strauß an Schlagern und hielt wie zu erwarten Wort.

Ein weiterer Höhepunkt des Balles war die jährlich stattfindende Tombola, bei der auch dieses Jahr wiederum Gewinne im Wert von mehr als 200.000 Euro verlost wurden. Als Hauptgewinn stand ein E-BMW I3 im Foyer zur Abholung bereit. Dieser war wieder von der BMW Niederlassung Stuttgart gestiftet worden. 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 61. Landespresseball findet am 13. November 2020 statt.

VIII. GREMIEN UND EHRENÄMTER

Stand 31. Dezember 2019



Vorstand		
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	Vorsitzender
Wolfgang Poppen	Badische Zeitung	stv. Vorsitzender
Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen	stv. Vorsitzender (bis 17.05.2019)
Martin Wilhelm	Heidenheimer Zeitung	stv. Vorsitzender (seit 17.05.2019)
Klaus Michael Baur	Badische Neueste Nachrichten	(seit 17.05.2019)
Thomas Brackvogel	Südwest Presse	
Herbert Dachs	Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten/Schwarzwälder Bote	
Tilman Distelbarth	Heilbronner Stimme	
Florian Kranefuß	Mannheimer Morgen	(seit 17.05.2019)
Dr. Kurt Sabathil	Schwäbische Zeitung	Kooptiertes Mitglied
Rainer Wiesner	Südkurier	
Stephan Bourauel	VSZV	Geschäftsführer
Konrad A. Theiss	Aalen	Ehrevorsitzender
Eberhard Ebner	Südwest Presse	Kooptiertes Mitglied (bis 17.05.2019)
Dr. Richard Rebmann	Schwarzwälder Bote	Kooptiertes Mitglied (bis 17.05.2019)

Rechnungsprüfer		
Monika Krichenbauer	Nürtinger Zeitung	(bis 17.05.2019)
Markus Krichenbauer	Nürtinger Zeitung	
Kirsten Wolf	Lahrer Zeitung	Stellvertreterin

Schlichtungsausschuss		
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	Vorsitzender
Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen	
Konrad A. Theiss	Aalen	

JBB (Vorstandsmitglieder des VSZV)		
Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung	Sprecherin (bis 17.05.2019)
Tilman Distelbarth	Heilbronner Stimme	Sprecher (seit 17.05.2019)
Thomas Satinsky	Pforzheimer Zeitung	(seit 17.05.2019)
Gerhard Ulmer	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Stephan Bourauel	VSZV	

Anzeigenausschuss

Dr. Kurt Sabathil	Schwäbische Zeitung	Vorsitzender (bis 31.12.2019)
Tanja Dehner	Stuttgarter Zeitung	(bis 17.05.2019)
Ulrich Gottlieb	Der Teckbote	
Tim Hager	SWP Mediaservice GmbH/ Metzinger-Uracher Volksblatt	
Marc Haselbach	Schwäbische Post	
Andreas Heinkel	Eßlinger Zeitung	
Michael Hollfelder	Mannheimer Morgen	
Stefan Hörig	Badisches Tagblatt	
Reinhard Hofer	Schwäbische Zeitung	(bis 17.05.2019)
Marcel Kimmling	Südwest Presse	(bis 31.03.2019)
Klaus-Ulrich Koch	Heidenheimer Zeitung	
Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger	
Bernd Maier	Schwarzwälder Bote	
Christian Maron	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Michael Meyer-Böhm	Schwäbische Zeitung	(seit 17.05.2019)
Joy Neugebauer	Mühlacker Tagblatt	(seit 17.05.2019)
Oliver Nothelfer	Stuttgarter Zeitung	(seit 17.05.2019)
Michael Schmierer	Südkurier	
Ralph Strickler	Badische Zeitung	
Tarkan Tekin	Schwäbisches Tagblatt	
Daniel Welte	Zollern-Alb-Kurier	
Christopher Wertz	Pforzheimer Zeitung	
Hans-Ulrich Wetzels	Mühlacker Tagblatt	(bis 17.05.2019)
Stephan Bourauel	VSZV	
Jolante Fauser	VSZV	

Ausschuss Digitale Medien

Martin Wilhelm	Heidenheimer Zeitung	Vorsitzender (seit 17.05.2019)
Thomas Brackvogel	Südwest Presse	Vorsitzender (bis 17.05.2019)
Jonas Bleeser	Schwäbisches Tagblatt	
Dr. Stefan Dierkes	Schwäbische Post	
Werner Flachs	Pforzheimer Zeitung	
Jan Halpape	Schwäbische Zeitung	
Matthias Kiechle	Südkurier	
Steffen Koch	Eßlinger Zeitung	
Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger	
Thomas Kösters	Heilbronner Stimme	
Alexander Kratzer	Stuttgarter Zeitung	
Markus Langer	Badisches Tagblatt	
Felix Langfeld	Südwest Presse	
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	
Matthias Schmeing	Mannheimer Morgen	
Daniel Torka	Südwest Presse	(bis 17.05.2019)

Gerhard Ulmer	Ludwigsburger Kreiszeitung
Ullrich Villinger	Zeitungsverlag Waiblingen
Christian Weiß	Badische Zeitung
Rainer Wiesner	Südkurier
Stephan Bourauel	VSZV
Jolante Fauser	VSZV
Ralf Wetzel	VSZV

Vertriebsausschuss		
Wolfgang Poppen	Badische Zeitung	Vorsitzender
Harald Bender	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Diana Dietrich	Heilbronner Stimme	
Joachim Eggert	Reutlinger General-Anzeiger	
Svenja Grampp	Südwest Presse	
Bernd Keim	Pforzheimer Zeitung	
Jens Kobus	Eßlinger Zeitung	
Ronald Koppelt	Schwäbische Zeitung	
Michael Lauer	Schwäbisches Tagblatt	
Peer Ley	Hohenloher Tagblatt	
Gertraud Paul	Stuttgarter Zeitung	
Wolfgang Schenk	Eßlinger Zeitung	(bis 17.05.2019)
Sabine Schilling	Südkurier	
Joachim Schniepp	Zeitungsverlag Waiblingen	
Helga Thanel	Heidenheimer Zeitung	
Thomas Zehnle	Badische Zeitung	
Stephan Bourauel	VSZV	
Jolante Fauser	VSZV	

Anzeigenausschuss: Arbeitsgruppe Benchmarkvergleich		
Christian Maron	Ludwigsburger Kreiszeitung	Leitung
Ulrich von Gehlen	Badische Zeitung	
Stephan Hochleitner	Schwäbisches Tagblatt	
Martin Kürfner	Heilbronner Stimme	
Boris Lazar	Schwäbischer Verlag	
Jutta Lindner	Mannheimer Morgen	

Anzeigenausschuss: Arbeitsgruppe Digitale Beilagen		
Reinhard Hofer	Schwäbische Zeitung	Leitung (bis 31.3.2019)
Michael Hollfelder	Mannheimer Morgen	Leitung (seit 1.4.2019)
Bernd Masal	Mannheimer Morgen	Leitung (seit 1.4.2019)
Anja Deters	Bietigheimer Zeitung	
Tim Hager	Metzinger-Uracher Volksblatt	
Marcel Kimmling	Südwest Presse	
Bernd Maier	Schwarzwälder Bote	
Dietmar Merz	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Tanja Pfisterer-Lang	Heilbronner Stimme	
Alexander Rist	Reutlinger General-Anzeiger	
Anja Sängler	Schwäbische Zeitung	

Michael Schmierer	Südkurier
Daniel van Steenis	Kreiszeitung Böblinger Bote
Cai von Rumohr	Badische Zeitung

Anzeigenausschuss: Arbeitsgruppe Produktentwicklung

Klaus-Ulrich Koch	Heidenheimer Zeitung	Leitung
Tillmann Adam	Nürtinger Zeitung/Wendlinger Zeitung	
Wolfgang Altmann	Pforzheimer Zeitung	
Elke Best	Eßlinger Zeitung	
Kornelije Casni	Kreiszeitung Böblinger Bote	
Markus Fürgut	Stuttgarter Zeitung	
Tim Hager	Metzinger-Uracher Volksblatt	
Marc Haselbach	Schwäbische Post	
Alexander Hils	Sindelfinger Zeitung/Böblinger Zeitung	
Bettina Holzwarth	Geislinger Zeitung	
Christian Hügerich	Die Oberbadische	
Christine Langer	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Bernd Köhle	Der Teckbote	
Udo Kretschmer	Zeitungsverlag Waiblingen	
Tobias Lehmann	Südwest Presse	
Bernd Maier	Schwarzwälder Bote	
Franziska Mikolajczyk	Schwäbische Zeitung	
Tanja Pfisterer-Lang	Heilbronner Stimme	
Alexander Rist	Reutlinger General-Anzeiger	
Wolfgang Schlösser	Weinheimer Nachrichten	
Oliver Spangenberg	Heidenheimer Zeitung	
Daniel van Steenis	Kreiszeitung Böblinger Bote	
Silke Thiele	Hohenloher Tagblatt	
Stephanie Wolf	Zeitungsverlag Waiblingen	
Hans-Jörg Zürn	Sindelfinger Zeitung/Böblinger Zeitung	

Ausschuss Digitale Medien: AG DS GVO

Martin Wilhelm	Heidenheimer Zeitung	Vorsitzender
Ralf Becker	Pforzheimer Zeitung	
Katja Bertz	Waiblinger Kreiszeitung	
Robert Dönges	Südwest Presse	
Michael Eyckeler	Reutlinger General-Anzeiger	
Dr. Bernadette Fuchs	VSZV	
Johannes Fuchslocher	Mannheimer Morgen	
Stefan Gläser	Bietigheimer Zeitung	
Steffen Koch	Eßlinger Zeitung	
Michael Krickl	Waiblinger Kreiszeitung	
Jens Köppe	Ebner Media Group GmbH & Co. KG	
Marie Leschik	Badische Zeitung	
Ulrike Metzl	Südkurier	
David Pfau	AGOR AG	
Falko Pütz	Rechtsanwalt	

Thomas Radek	Südwestpresse Hohenlohe GmbH & Co. KG
Anke Schellenberger	Südkurier
Sebastian Schmidt	Schwäbische Zeitung
Torsten Schoo	Heilbronner Stimme
Andreas Teicher	Teckbote
Joachim Vohrer	Schwäbisches Tagblatt
Michael Wagenhaus	MHS Digital GmbH
Ralf Wetzel	VSZV
Simone Zink	Badisches Tagblatt
Michael Wagenhaus	MHS Digital GmbH
Ralf Wetzel	VSZV
Simone Zink	Badisches Tagblatt

Vertriebsausschuss: Freiburger Logistikkreis

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	
Martina Döring	Südwest Presse, Hohenlohe	
Joachim Eggert	Reutlinger General-Anzeiger	
Christian Friske	Südwest Presse Ulm	
Marcel Ihle	Pforzheimer Zeitung	
Bernd Keim	Pforzheimer Zeitung	
Nina Kenda	Südkurier Konstanz	
Nadine Kettemann	Südwest Presse Hohenlohe	
Tatjana Kille	Südkurier Konstanz	
Heike Kraft	Mannheimer Morgen	
Nicole Lang	Schwäbische Zeitung	
Michael Lauer	Schwäbisches Tagblatt	
Markus Lenz	Weinheimer Nachrichten	
Henning Schwartz	Schwäbische Post, Aalen	
Thomas Merzinger	SWP/Die Neckarquelle	
Timo Weißmann	Schwäbische Zeitung, Ravensburg	
Alexander Xanthopoulos	Zeitungsverlag Waiblingen	

Vertriebsausschuss: Arbeitsgruppe Logistisches Benchmark

Thomas Zehnle	Badische Zeitung	Leitung
Alexander Bachmann	Schwäbische Zeitung	
Bernd Keim	Pforzheimer Zeitung	
Thomas Kluzik	Südkurier	
Michael Lauer	Schwäbisches Tagblatt	
Peer Ley	Hohenloher Tagblatt	
Joachim Schniepp	Zeitungsverlag Waiblingen	
Uwe Stegmeyer	Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten	

Arbeitskreis Gattungsmarketing (VSZV-Imagekampagne)

Rainer Wiesner	Südkurier Konstanz	Leitung
Ulrich Becker	Südwest Presse Ulm	
Sina Farschid	Schwäbische Zeitung	
Andreas Heinkel	Eßlinger Zeitung	
Thomas Satinsky	Pforzheimer Zeitung	
Stephan Bourauel	VSZV	

BDZV

Stand 31. Dezember 2019

Präsidium

Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	stv. Präsident
Eberhard Ebner	Südwest Presse	Ehrenmitglied
Lutz Schumacher	Schwäbisch Media	Kooptiertes Mitglied

Delegierte

Valdo Lehari jr. (Herr Lehari jr. hat als Mitglied des Präsidiums ein weiteres Stimmrecht in der Delegiertenversammlung)	Reutlinger General-Anzeiger
Klaus Michael Baur	Badische Neueste Nachrichten
Tilman Distelbarth	Heilbronner Stimme
Florian Kranefuß	Mannheimer Morgen
Wolfgang Poppen	Badische Zeitung
Martin Wilhelm	Heidenheimer Zeitung
Lutz Schumacher	Schwäbisch Media

Stellvertretende Delegierte

Rainer Wiesner	Südkurier
Stephan Bourauel	VSZV

Vermarktungsausschuss

Herbert Dachs	Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten Schwarzwälder Bote	Vorsitzender
Oliver Nothelfer	Stuttgarter Zeitung	
Dr. Kurt Sabathil	Schwäbische Zeitung	

Stellvertreter

Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger
-----------------	-----------------------------

Vertriebsausschuss

Gertraud Paul	Stuttgarter Zeitung	
Thomas Zehnle	Badische Zeitung	
	Stellvertreter	
Joachim Eggert	Reutlinger General-Anzeiger	

Sozialpolitischer Ausschuss

Thomas Brackvogel	Südwest Presse
Tilmann Distelbarth	Heilbronner Stimme
Stellvertreter	
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger
Stephan Bourauel	VSZV

Finanzbeirat

Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung
Stellvertreterin	
Monika Krichenbauer	Nürtinger Zeitung

Arbeitsgruppe Digital

Thomas Brackvogel	Südwest Presse	Leitung
Andreas Hohmann	Mannheimer Morgen	
Thomas Kösters	Heilbronner Stimme	
Alexander Kratzer	Stuttgarter Zeitung	
Felix Langfeld	NPG Digital	
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	
Manfred Neufang	Badische Zeitung	
Jan-Philipp Schlecht	Kreiszeitung Böblinger Bote	
Daniel Torka	Südwest Presse	(bis 31.3.2019)
Rainer Wiesner	Südkurier	
Martin Wilhelm	Heidenheimer Zeitung	
Stephan Bourauel	VSZV	

Arbeitsgruppe Recht

Johannes Fuchslocher	Mannheimer Morgen	Leitung
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	
Anke Schellenberger	Südkurier	
Torsten Schoo	Heilbronner Stimme	
Malte Wagner	Südwestdeutsche Medienholding GmbH	
Cordula Zimmermann	Badische Zeitung	
Stephan Bourauel	VSZV	

Arbeitskreis Gattungsmarketing (VSZV-Imagekampagne)

Rainer Wiesner	Südkurier Konstanz	Leitung
Ulrich Becker	Südwest Presse Ulm	
Sina Farschid	Schwäbische Zeitung	
Andreas Heinkel	Eßlinger Zeitung	
Thomas Satinsky	Pforzheimer Zeitung	
Stephan Bourauel	VSZV	

Medienpolitischer Arbeitskreis

Stefan Hilscher	Südwestdeutsche Medienholding GmbH
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger
Dr. Holger Paesler	

Arbeitsgruppe Öffentlichkeitsarbeit	
Joachim Dorfs	Stuttgarter Zeitung

Arbeitsgruppe Steuern	
Matthias Bikowski	Südwest Presse
Torsten Schoo	Heilbronner Stimme

Arbeitsgruppe Papier	
Johannes Degen	Pressehaus Stuttgart Druck GmbH

Andere Gremien

ENPA – European Newspaper Publishers' Association		
Board		
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	Vize-Präsident
Exekutivkomitee (Vorstand)		
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	(Vizepräsident)

WAN-IFRA – World Association of Newspapers and News Publishers		
Supervisory Board (Verwaltungsrat)		
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

VDL – Verband Deutscher Lokalzeitungen e. V.		
Vorstand		
Lutz Schumacher	Schwäbische Zeitung	
Hans-Ulrich Wetzel	Mühlacker Tagblatt	

Versorgungswerk der Presse GmbH und Versorgungskasse		
Dr. Holger Paesler		stv. Mitglied

Pressestiftung Baden-Württemberg	
Dr. Christine Bechtle-Kobarg	EBlinger Zeitung
Stephan Bourauel	VSZV
Tilman Distelbarth	Heilbronner Stimme
Monika Krichenbauer	Nürtinger Zeitung

Sozialfonds der Landespresse e. V.

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

Landesanstalt für Kommunikation (LFK)**Medienrat**

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

Hochschule der Medien (HdM)**Beirat**

Stephan Bourauel	VSZV
Dr. Holger Paesler	

IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V.**Verwaltungsrat**

Wolfgang Poppen	Badische Zeitung
-----------------	------------------

ZAW – Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft**Präsidium**

Herbert Dachs	Medienholding Süd
---------------	-------------------

Präsidialrat

Herbert Dachs	Medienholding Süd
Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen

ZMG Zeitungsmarktforschung Gesellschaft**Beirat**

Dr. Kurt Sabathil	Schwäbischer Verlag	stv. Vorsitzender
Herbert Dachs	Medienholding Süd	

Projektgruppe „Monitor“

Cai von Rumohr	Badische Zeitung
----------------	------------------

Projektgruppe „Regionale Märkte“

Anita Benesch	Stuttgarter Zeitung
Oliver Nothelfer	Stuttgarter Zeitung

Projektgruppe „Planungstools & Mediaservice“

Dr. Steffen Ehrmann	Schwäbische Zeitung
---------------------	---------------------

IX. WIR BETRAUERN



Irmgard Lamp

Langjährige Geschäftsführerin Schwarzwälder Bote GmbH
& Co.KG

verstorben am 16.9.2019

im Alter von 96 Jahren

Herbert Schwendemann

Seniorchef der „Schwarzwälder Post“

verstorben am 22. September 2019

im Alter von 84 Jahren

X. WIR GRATULIERTEN



Geburtstage

90 Jahre

Rolf Wankmüller
Vormals Verleger Hohenloher Tagblatt, Gerabronn
am 22. August 1929

90 Jahre

Verleger Eberhard Ebner
Verlagsgruppe Ebner, Ulm
am 5. Dezember 1929

80 Jahre

Hans-Ulrich Ziegler
Verleger der SWP/Die Neckarquelle
Villingen-Schwenningen
am 8. Mai 1939

60 Jahre

Alexander Frate
Geschäftsführer Schwäbisches Tagblatt, Tübingen
am 17. Oktober 1959

60 Jahre

Wolfgang Braig
Geschäftsführer Geislinger Zeitung,
am 13. Februar 1959

60 Jahre

Stephan Bourauel
Geschäftsführer VSZV
am 24. Dezember 1959

Jubiläen

70 Jahre

Hohenzollerische Zeitung, Südwest Presse

60 Jahre

Gmünder Tagespost, Schwäbisch Gmünd

XI. DATEN ZUR TAGESPRESSE IN BADEN-WÜRTTEMBERG



Auflagenhöhen der Tageszeitungen in Baden-Württemberg

Stand: 31. Dezember 2019

Zeitung	Verlagsort	verk. Auflage – IVW	
		IV/2019	IV/2018
Mitglieder			
Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten	Stuttgart	154.843	160.788
Schwäbische Zeitung	Ravensburg	157.733	159.195
Badische Zeitung	Freiburg	130.577	133.941
Südkurier	Konstanz	112.555	115.404
Badische Neueste Nachrichten	Karlsruhe	109.350	113.001
Südwest Presse	Ulm/Donau	101.412	103.833
Schwarzwälder Bote	Oberndorf	86.742	88.555
Heilbronner Stimme	Heilbronn	76.435	78.530
Rhein-Neckar-Zeitung	Heidelberg	73.860	76.744
Mannheimer Morgen	Mannheim	61.705	63.923
Zeitungsverlag Waiblingen	Waiblingen	37.557	38.489
Schwäbisches Tagblatt	Tübingen	36.225	37.077
Reutlinger General-Anzeiger	Reutlingen	33.499	34.489
Ludwigsburger Kreiszeitung	Ludwigsburg	32.708	33.589
Pforzheimer Zeitung	Pforzheim	32.210	32.264
Badisches Tagblatt	Baden-Baden	29.934	30.814
Eßlinger Zeitung	Esslingen	26.881	28.472
Fränkische Nachrichten	Tauberbischofsheim	28.188	28.633
Schwäbische Post	Aalen	24.136	21.585
Weinheimer Nachrichten	Weinheim	20.665	21.125
Heidenheimer Zeitung	Heidenheim	20.358	20.206
Nürtinger Zeitung	Nürtingen	18.205	18.596
Zollern-Alb-Kurier	Balingen	17.260	17.890
Haller Tagblatt	Schwäbisch Hall	15.188	15.501
Kreiszeitung Böblinger Bote	Böblingen	14.321	15.073
Backnanger Kreiszeitung	Backnang	13.714	14.059
Die Oberbadische	Lörrach	13.674	13.849
Der Teckbote	Kirchheim/Teck	13.016	13.290
Rems-Zeitung	Schwäbisch Gmünd	11.983	12.386
Metzinger-Uracher Volksblatt	Metzingen	10.825	10.820
Gäubote	Herrenberg	10.561	10.670
Geislinger Zeitung	Geislingen	10.090	10.446
Bietigheimer Zeitung	Bietigheim	9.709	10.162
Sindelfinger Zeitung	Sindelfingen	9.881	10.041
Übertrag:		1.556.000	1.593.440

Zeitung	Verlagsort	verk. Auflage – IVW	
		IV/2019	IV/2018
Übertrag:		1.556.000	1.593.440
Gmünder Tagespost	Schwäbisch Gmünd	10.194	9.194
Cannstatter Zeitung	Stuttgart-Bad Cannstatt	7.653	7.997
Lahrer Zeitung	Lahr	7.369	7.534
Mühlacker Tagblatt	Mühlacker	6.328	6.501
SWP/Die Neckarquelle	Villingen-Schwenningen	5.933	6.151
Vaihinger Kreiszeitung	Vaihingen/Enz	6.204	6.364
Schwarzwälder Post (3x)	Zell/Harmersbach	2.000	2.000
Murrhardter Zeitung	Murrhardt	1.900	1.988
Eberbacher Zeitung	Eberbach	1.765	1.861
Auflagenhöhe Mitglieder:		1.605.346	1.643.030
Nichtmitglieder			
Offenburger Tageblatt	Offenburg	33.753	34.475
Acher-Rench-Zeitung	Oberkirch	9.875	10.329
Heidenheimer Neue Presse	Heidenheim	3.177	3.911
Auflagenhöhe Nichtmitglieder:		46.805	48.715
Auflagenhöhe aller Tageszeitungen in Baden-Württemberg:		1.652.151	1.691.745

Mitgliederstand

	Mitgliedsverlage	verk. Auflage IVW
am 31.12.2016	49	1.610.024
am 31.12.2017	49	1.568.085
am 31.12.2018	50	1.643.030
am 31.12.2019	50	1.605.346
Ehrevorsitzender: Konrad A. Theiss		
Persönliche Mitglieder: Gregor Stemmler, Dr. Brigitte Weyl		

Auflagenentwicklung aller Tageszeitungen in Baden-Württemberg 1980 – 2019

(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 %
2016	1.786.337	./.	38.411	=	./.	2,10 %
2017	1.738.983	./.	47.354	=	./.	2,65 %
2018	1.691.745	./.	47.238	=	./.	2,72 %
2019	1.652.151	./.	39.594	=	./.	2,34 %

Die Tagespresse in Baden-Württemberg

Stand: 31.12.2019

Publizistische Einheiten		verk. Auflage IVW IV/2019	
Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion ohne Partnerverlage			
1	Schwäbische Zeitung, Ravensburg		157.733
2	Badische Zeitung, Freiburg		130.577
3	Badische Neueste Nachrichten, Karlsruhe		109.350
4	Stuttgarter Zeitung, Stuttgart*		107.510
5	Heilbronner Stimme, Heilbronn		76.435
6	Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg		73.860
7	Reutlinger General-Anzeiger, Reutlingen		33.499
8	Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg		32.708
9	Pforzheimer Zeitung, Pforzheim		32.210
10	Badisches Tagblatt, Baden-Baden		29.934
*mit Lokalausgabe Leonberger Kreiszeitung			
Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion und Partnerverlagen			
11	Südwest Presse, Ulm	+ 17	254.798
12	Stuttgarter Nachrichten, Stuttgart **	+ 11	177.987
13	Mannheimer Morgen, Mannheim	+ 4 *	99.009
14	Südkurier, Konstanz	+ 1	112.555
15	Schwarzwälder Bote, Oberndorf	+ 3	107.785
16	Offenburger Tageblatt, Offenburg	+ 1	43.628
17	Eßlinger Zeitung, Esslingen	+ 1	34.424
*1 Verlag außerhalb Baden-Württembergs			
**Auflage inkl. Mantelpartner			

Redaktionelle Ausgaben der einzelnen publizistischen Einheiten

Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion ohne Partnerverlage

1. Schwäbische Zeitung, Ravensburg

Ausgabe Bad Waldsee

Ausgabe Biberach

Ausgabe Ehingen

Ausgabe Friedrichshafen

Ausgabe Laupheim

Ausgabe Leutkirch

Ausgabe Markdorf

Ausgabe Pfullendorf

Ausgabe Ravensburg

Ausgabe Riedlingen

Ausgabe Bad Saulgau

Auflage IV/2019: 157.733

Ausgabe Sigmaringen/Messkirch

Ausgabe Tett nang

Ausgabe Alb-Donau

Ausgabe Wangen

Lindauer Zeitung, Lindau

Heuberger Bote, Spaichingen

Trossinger Zeitung, Trossingen

Gränzbote, Tuttlingen

Ip f- und Jagstzeitung, Ellwangen

Aalener Nachrichten, Aalen

2. Badische Zeitung, Freiburg

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

Auflage IV/2019: 130.577

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

BNN, Karlsruhe

Bruchsaler Rundschau, Bruchsal

Brettener Nachrichten, Bretten

Pforzheimer Kurier, Pforzheim

Acher- und Bühler Bote, Bühl

Auflage IV/2019: 109.350

BNN – Ettlingen

BNN – Hardt

BNN – Rastatt/Murgtal

BNN – Baden-Baden

4. Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten, Stuttgart

Stuttgarter Zeitung

Leonberger Kreiszeitung

Auflage IV/2019: 107.510

5. Heilbronner Stimme, Heilbronn

HSt – Heilbronn

Hohenloher Zeitung

Kraichgau Stimme

Heilbronner Stimme Nord

Heilbronner Stimme Ost

Heilbronner Stimme West

Auflage IV/2019: 76.435

6. Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg

RNZ-Sinsheimer Nachrichten –
 Bad Rappenauer Bote/
 Eppinger Nachrichten
 RNZ-Bergstraße/Mannheim –
 Weinheimer Rundschau
 RNZ-Mosbacher Nachrichten
 RNZ-Nordbadische Nachrichten
 RNZ-Schwetzingen Nachrichten

Auflage IV/2019: 73.860

RNZ-Eberbacher Nachrichten
 RNZ-Heidelberger Nachrichten
 RNZ-Region Heidelberg
 RNZ-Wieslocher Nachrichten/Wall-
 dorfer Rundschau

7. Reutlinger General-Anzeiger, Reutlingen

Reutlinger General-Anzeiger
 Metzinger Uracher General-Anzeiger

Auflage IV/2019: 33.499
 Echaz-Bote

8. Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg

Ludwigsburger Kreiszeitung
 mit Lokalausgaben
 Bottwartal/Marbach
 Neckartal
 Strohgäu

Auflage IV/2019: 32.708
 Neckar- und Enzbote

9. Pforzheimer Zeitung, Pforzheim

Pforzheimer Zeitung
 Ausgabe Mühlacker

Auflage IV/2019: 32.210

10. Badisches Tagblatt, Baden-Baden

Ausgabe Baden-Baden
 Ausgabe Bühl

Auflage IV/2019: 29.934
 Ausgabe Rastatt
 Ausgabe Murgtal

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

Stuttgarter Nachrichten
 mit Lokalausgaben
 Fellbacher Zeitung
 Kornwestheimer Zeitung
 Marbacher Zeitung
 Backnanger Kreiszeitung
 Gäubote
 Kreiszeitung Böblinger Bote
 Mühlacker Tagblatt
 Murrhardter Zeitung
 Nürtinger Zeitung
 Wendlinger Zeitung
 Rems-Zeitung
 Sindelfinger Zeitung/
 Böblinger Zeitung
 Vaihinger Kreiszeitung
 Waiblinger Kreiszeitung
 Schorndorfer Nachrichten
 Welzheimer Zeitung
 Winnender Zeitung

Gesamt-Auflage IV/2019: 177.987
 Stuttgart

Backnang
 Herrenberg
 Böblingen
 Mühlacker
 Murrhardt
 Nürtingen
 Schwäbisch Gmünd
 Sindelfingen
 Vaihingen/Enz
 Waiblingen

Mit dem Schwarzwälder Bote, der Eßlinger Zeitung und der Cannstatter/
 Untertürkheimer Zeitung besteht eine redaktionelle Kooperation

12. Südwest Presse, Ulm/Donau

Südwest Presse

Ausgabe Ulm Stadt und Land
Ausgabe Neu-Ulm
SWP Ehinger Tagblatt
NWZ Neue Württemb. Zeitung
Alb Bote
Bietigheimer Zeitung
Sachsenheimer Zeitung
Bönnigheimer Zeitung
Der Teckbote
Eberbacher Zeitung
Geislinger Zeitung
Gmünder Tagespost
Heidenheimer Zeitung
Hohenzollerische Zeitung
Metzinger-Uracher Volksblatt
Der Ermstalbote
Reutlinger Nachrichten
Pfullinger Zeitung
Schwäbische Post
SWP/Die Neckarquelle
Schwäbisches Tagblatt
Rottenburger Post
Steinlach-Bote
Die Neckar-Chronik
Südwestpresse GmbH & Co. KG
Haller Tagblatt
Hohenloher Tagblatt
Rundschau f. d. Schwäbischen Wald
Zollern-Alb Kurier

Gesamt-Auflage IV/2019: 254.798

Ulm/Donau

Ehingen
Göppingen
Münsingen
Bietigheim

Kirchheim/Teck
Eberbach
Geislingen
Schwäbisch Gmünd
Heidenheim
Hechingen
Metzingen

Aalen
Villingen-Schwenningen
Tübingen

Schwäbisch Hall
Crailsheim
Gaildorf
Balingen

13. Mannheimer Morgen, Mannheim

Mannheimer Morgen

Südhessen Morgen

Bergsträßer Anzeiger*

Fränkische Nachrichten

Fränkische Nachrichten

Fränkische Nachrichten

Fränkische Nachrichten

Schwetzingen Zeitung

Hockenheimer Tageszeitung

Weinheimer Nachrichten

Odenwälder Zeitung

*Partnerverlag außerhalb Baden-Württembergs

Gesamt-Auflage IV/2019: 99.009

Mannheim

Bensheim
Tauberbischofsheim
Bad Mergentheim
Buchen/Walldürn
Wertheim
Schwetzingen

Weinheim

14. Südkurier, Konstanz

Gesamt-Auflage IV/2019: 112.555

Südkurier

Ausgabe Bad Säckingen/Wehr
Ausgabe Donaueschingen/Titisee-Neustadt
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, Friedrichshafen
Ausgabe Villingen-Schwenningen
Ausgabe Waldshut-Tiengen
Ausgabe Bonndorf, St. Blasien
Alb Bote

Waldshut

15. Schwarzwälder Bote, Oberndorf

Gesamt-Auflage IV/2019: 107.785

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)

Mit den Stuttgarter Nachrichten besteht eine redaktionelle Kooperation

16. Offenburger Tageblatt, Offenburg

Gesamt-Auflage IV/2019: 43.628

Offenburger Tageblatt

Offenburg

OT – Schwarzwald-Zeitung/

Anzeiger vom Kinzigtal

Kehler Zeitung

Acher-Rench-Zeitung

Oberkirch

17. Eßlinger Zeitung, Esslingen

Gesamt-Auflage IV/2019: 34.424

Eßlinger Zeitung

Esslingen

Cannstatter Zeitung

Stgt.-Bad Cannstatt

Untertürkheimer Zeitung

Anzeigen-Gemeinschaften

(in Klammern: verkaufte Auflage IV/2019)

1. Stuttgarter Zeitung – Anzeigengemeinschaft – PLUS (401.896)

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

2. Südwest Presse, Ulm/Donau (254.798)

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

3. ZRN Zeitungsgruppe Rhein-Neckar, Mannheim (198.828)

mit den in der Redaktionsgemeinschaft verbundenen Zeitungen sowie dem Bergsträßer Anzeiger (Hessen):	
Bergsträßer Anzeiger	Schwetzingener Zeitung
Fränkische Nachrichten	Weinheimer Nachrichten
Mannheimer Morgen	Eberbacher Zeitung
Rhein-Neckar-Zeitung	

4. Badische Zeitung/Die Oberbadische (144.251)

Badische Zeitung
Die Oberbadische

5. Schwarzwälder Bote, Oberndorf/Neckar (107.785)

mit den in der Redaktionsgemeinschaft verbundenen Zeitungen:
Lahrer Zeitung
Die Oberbadische
Schwarzwälder Bote

6. Miba, Mittelbadische Presse, Offenburg (43.628)

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

7. Anzeigengemeinschaft Eßlinger Zeitung (34.424)

Cannstatter Zeitung
Untertürkheimer Zeitung
Eßlinger Zeitung

8. Heidenheimer Anzeigenverbund, Heidenheim (23.535)

Heidenheimer Zeitung
Heidenheimer Neue Presse

Bildnachweis:

Seite 2: Bild links, Bernd Weiflbrod/dpa; Bild rechts, VSZV

Seite 17 bis 31: alle Holger Schmidt, Fränkische Nachrichten

Herausgegeben vom

Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e. V.

Calwer Straße 31, 70173 Stuttgart

www.vszv.de

Für den Inhalt verantwortlich: RA Dr. Holger Paesler / RA Stephan BouraueI

Druck: GO Druck Media GmbH & Co. KG, 73230 Kirchheim unter Teck

ISSN 0176-1307