



Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V.

# Jahresbericht 2018

# Vorwort

Die Verunglimpfung von Presseorganen als „Lügenpresse“, die Debatte um Fake News und die Diskussion um die Bewahrung und Sicherung des Qualitätsjournalismus wurden auch im Jahre 2018 fortgesetzt. Eine qualitativ verlässliche und in der Mitte der Gesellschaft fest verankerte Presse ist systemrelevant für das Funktionieren einer Demokratie. Nach einzelnen Erschütterungen in den Glauben an die Authentizität der Presse, wie sie etwa durch die „Affäre Relotius“ verursacht wurden, werden die Tageszeitungsverleger jegliche nur denkbare Anstrengung unternehmen, das bisher in sie entgegengebrachte Vertrauen als „glaubwürdigste Informationsquelle“ auch weiterhin vollumfänglich zu rechtfertigen.

Qualitativ hochwertige und auf Akzeptanz gegründete Pressearbeit braucht aber auch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, mit denen dieses Ziel zu erreichen ist. Unabhängig von den Erfolgen, die sich die Zeitungsverlage auf dem Weg in die digitale Transformation bereits erarbeitet haben, ist der Vertrieb der Printprodukte überwiegend noch Basis des wirtschaftlichen Erfolges der Verlagsarbeit. Dieses Tätigkeitsfeld gilt es auf unterschiedlichen Handlungsfeldern abzusichern. Wenn 42 Millionen Menschen in Deutschland regelmäßig eine gedruckte Tageszeitung lesen und dies durch die organisatorischen Anstrengungen der Verlage tagtäglich sichergestellt wird, steckt dahinter eine gewaltige logistische Leistung. Die Aufrechterhaltung der flächendeckenden Zeitungszustellung, die die Verlage seit Jahren erfolgreich meistern, ist mittlerweile gefährdet. Bei seit Jahren rückläufigen Printauflagen erhöhen sich die Stückkosten, gleichzeitig erhöhen sich die Zustellkosten durch die Ausgestaltung des Mindestlohns für die Branche durch die Umstellung von Stück- auf Stundenlohn erheblich. Allein dadurch sind den deutschen Zeitungsverlagen jährliche Zusatzkosten von 300 Mio. Euro entstanden.

Damit droht nun die Gefahr, dass die Verlage die flächendeckende Zeitungszustellung nicht mehr kostendeckend gewährleisten können. Das hat eine gesamtgesellschaftliche Dimension: Die flächendeckende Verbreitung der Zeitungen gewährleistet auch die flächendeckende Verbreitung der Inhalte, die unter höchstem Qualitätsanspruch erstellt werden und die höchste Glaubwürdigkeit genießen. Das ist ein essentieller Beitrag zum gesellschaftlichen Diskurs. Denn gelesen werden kann lediglich das, was auch beim Leser ankommt und dies muss – unabdingbar – flächendeckend geschehen.

Zum Schutz dieser Infrastruktur und der damit untrennbar verknüpften Mechanismen ist auch die Politik gefordert: Es gilt nicht nur die digitale Infrastruktur in Form der Breitbandnetze zu fördern, sondern auch die Zeitungszustellung als Teil einer breit aufgestellten Informationskultur, um sicherzustellen, dass jeder sich aus allgemein zugäng-

lichen Quellen unterrichten kann. Als weitere Maßnahme wäre die Einordnung der Zustellung als haushaltsnahe Dienstleistung ein sinnvoller Schritt, denn der baden-württembergische Ministerpräsident Kretschmann brachte es bereits 2017 beim BDZV-Zeitungskongress in Stuttgart deutlich zum Ausdruck: „Man liest seine Zeitung doch beim Frühstück und nicht draußen vor der Tür.“

Wie Sie in diesem Jahresbericht nachlesen können, schreitet die digitale Entwicklung der Branche mit großen Schritten voran. Neue digitale Produkte ergänzen die bisherigen, viele Verlage haben Digitalagenturen gegründet und unterstützen in diesen die eigenen Kunden beim Aufbau digitaler Vermarktungsstrategien. Man investiert in Ergänzung des Informationsangebotes durch Audio- und Videobeiträge, kümmert sich um Dataming und um die Auswirkungen der Entwicklung der künstlichen Intelligenz auf den Journalismus der Zukunft und um die Entwicklung des Werbegeschäftes in einer digitalen Welt. Auch hier sind die Presseverlage darauf angewiesen, dass Ihre Interessen und kreativen Leistungen angesichts der überbordenden Marktmacht einiger amerikanischer Großkonzerne in einem fairen Interessensausgleich angemessen berücksichtigt werden.

Es sei an dieser Stelle auf die komplexe, emotionsgeladene und langwierige Diskussion um die Reform des EU-Urheberrechts hingewiesen, die zum April des Jahres 2019 nun endlich eine Entscheidung zugunsten eines zeitgemäßen Leistungsschutzrechts für die Presseverleger gebracht hat, mit dem die Verlage nun hoffentlich einen effektiveren Schutz vor der Ausbeutung ihrer Inhalte durch kommerzielle Plattformanbieter erlangen können.

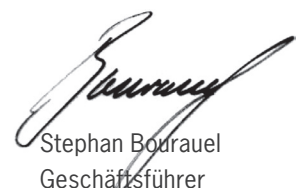
Lang erwartet und noch auf die Umsetzung des nationalen Gesetzgebers harrend, trat im Dezember 2018 eine EU-Richtlinie in Kraft, die es den Mitgliedstaaten erlaubt, den ermäßigten Mehrwertsteuersatz von 7 % auch auf die digitale Presse anzuwenden. Vor dem Hintergrund, dass die Printnutzung stetig zurück geht und die Nutzung digitaler Pressprodukte steigt, ist die Absenkung der Mehrwertsteuer eine längst überfällige und geeignete Hilfsmaßnahme.

Einzelheiten zu den hier angesprochenen Themen und zu den weiteren Verbandsaktivitäten können wie gewohnt dem VSZV-Jahresbericht 2018 entnommen werden.

Stuttgart, April 2019

Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V.

  
Valdo Lehari jr.  
Vorsitzender

  
Stephan Bourauel  
Geschäftsführer

# Inhalt

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

1. Die wirtschaftliche Lage in Baden-Württemberg	7
2. Auflagenstatistik	8
3. Reichweiten	8
4. Anzeigenumfänge	12

## II. Arbeit der Verbandsgremien

1. VSZV/VBZV-Jahrestagung/Mitgliederversammlung 2018	17
2. Vorstand	23
3. VSZV-Anzeigenausschuss	23
4. VSZV-Vertriebsausschuss	24
5. Digitale Medien	24
6. VSZV-Vermarktungstagung 2018	26
7. VSZV-Gattungsmarketing	27

## III. Recht und Sozialpolitik

1. Amts- und Stadtblätter der Kommunen	31
2. Werbestopper.de	32
3. Höhe des Mindestlohns für Zeitungszusteller	32
4. Höhe der Nachzuschläge für Zeitungszusteller	32
5. Urheberrecht	33
6. Tarifpolitik	35

## IV. Medienpolitik

1. Medienpolitischer Runder Tisch Medienzukunft Baden-Württemberg	41
2. Sicherung der Zeitungszustellung	44
3. Urheberrecht: Leistungsschutzrechte in Deutschland und auf europäischer Ebene	44
4. Das Verhältnis der Presseverlage zu Google	45
5. Plattformneutralität	46
6. Datenschutzgrundverordnung	47
7. E-Privacy-Verordnung	49
8. Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks/der Telemedienkompromiss	50
9. Medienstaatsvertrag	52
10. Die europäische Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie)	53
11. Mehrwertsteuer Digitale Presse	54
12. Umsetzung der Geschäftsgeheimnisschutz-Richtlinie	54

<b>V. Aus- und Weiterbildung</b>	
1. Seminarangebot für kaufmännische Verlagsmitarbeiter	59
2. advise – Akademie für Medienberatung	60
3. Medienkaufmännische Berufsausbildung/Seminarangebote	61
<b>VI. JBB – Journalistische Berufsbildung</b>	
1. Seminararbeit 2018	67
2. Seminare für Volontäre und Redakteure	67
3. Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB	67
4. VSZV-Vertreter des JBB-Vorstandes	67
5. DJV-Vertreter des JBB-Vorstandes	67
6. JBB-Beirat	68
7. Seminarprogramm 2019	68
<b>VII. Landespresseball, Kongresse</b>	
1. Landespresseball 2018	73
2. Change Media Tasting 2018	73
3. Neunter Stuttgarter Medienkongress	73
<b>VIII. Gremien und Ehrenämter</b>	77
<b>IX. Wir gratulierten</b>	89
<b>X. Daten zur Tagespresse</b>	93



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





## 1. Die wirtschaftliche Lage in Baden-Württemberg

Zunehmende Unsicherheiten belasten die Konjunktur in Baden-Württemberg. Zwar erhöhte sich im 3. Quartal 2018 die reale Wirtschaftsleistung ersten Berechnungen zufolge um 1,5 % gegenüber dem Vorjahr. Die Wachstumsdynamik im Gesamtjahr 2018 ist jedoch schwach ausgeprägt.

Der Arbeitsmarkt im Südwest zeigte sich vom geringeren Wachstumstempo nahezu unbeeindruckt. Die Zahl der Erwerbstätigen stieg 2018 in Baden-Württemberg gegenüber dem Vorjahr auf rd. 6,34 Mio. an. Wie das Statistische Landesamt nach vorläufigen Berechnungen des Arbeitskreises „Erwerbstätigenrechnung des Bundes und der Länder“ weiter mitteilt, war dies ein Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr von 82.700 Erwerbstätigen bzw. 1,3 %. Die Zuwachsrate entsprach damit dem Bundesdurchschnitt.

Von der positiven Beschäftigungsentwicklung 2018 profitierten hierzulande insbesondere die rd. 5,01 Mio. in abhängiger Stellung beschäftigten Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen (ohne Personen in marginalen Beschäftigungsverhältnissen wie Minijobs, kurzfristiger Beschäftigung oder Ein-Euro-Jobs). Diese Arbeitnehmergruppe setzte 2018 ihren nun bereits seit einigen Jahren zu beobachtenden dynamischen Aufwärtstrend fort und verbuchte 2018 ein Stellenplus gegenüber dem Vorjahr von 2,1 %. Dagegen hielt bei der marginalen Beschäftigung der seit dem Jahr 2010 zu beobachtende Abwärtstrend weiter an. Eine Ursache hierfür könnte der 2015 bundesweit

eingeführte Mindestlohn sein, der seit dem 1.1.2018 ausnahmslos in allen Branchen gilt. Insgesamt übten im Jahr 2018 noch rd. 754.300 Personen in Baden-Württemberg eine marginale Beschäftigung im Hauptjob aus, 11.000 Beschäftigte bzw. 1,4 % weniger als im Vorjahr. Auch die Zahl der Selbstständigen (einschl. mithelfender Familienangehöriger) ist hierzulande seit 2012 rückläufig und betrug im Jahr 2018 gut 569.400, dies waren 9.700 Personen bzw. 1,7 % weniger als ein Jahr zuvor.

Auch der Rückgang der Selbstständigenzahl könnte unter anderem auf die Einführung des Mindestlohns zurückzuführen sein. (Pressemitteilung Statistisches Landesamt vom 20.3.2019).

Der bereits im zurückliegenden Quartal zu beobachtende Anstieg der Verbraucherpreise (+2,1 %) beschleunigte sich im dritten Quartal 2018 nochmals spürbar auf ein Plus von 2,3 % gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum. Wie im Vorquartal waren die wesentlichen Ursachen für die Teuerung erneut die deutlich gestiegenen Preise für Heizöl und Kraftstoffe (Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2019).

Die Anzeigenumfangsstatistik der ZMG, die auf den monatlichen Erhebungen der VSZV-Geschäftsstelle basiert, weist für Baden-Württemberg im Jahr 2018 eine Abnahme von insgesamt 3,3 % aus. Auf Bundesebene weisen die Anzeigenumfänge ein Minus von insgesamt 5,1 % im Vergleich zu Vorjahr aus.



## 2. Auflagenstatistik

Verkaufte Auflage der lokalen/regionalen Abonnementzeitungen im 4. Quartal 2018 –

Auflagenstatistik der ZMG (Angaben: in Tausend):

		in % zu 4. Quartal 2017
Bremen	183,57	-4,35
Hamburg	169,55	-2,51
Niedersachsen	1.199,37	-3,16
Schleswig-Holstein	354,90	-3,21
<b>Nielsen I</b>	<b>1.907,40</b>	<b>-3,23</b>
Nordrhein-Westfalen	2.207,53	-3,61
<b>Nielsen II</b>	<b>2.207,53</b>	<b>-3,61</b>
Hessen	705,39	-0,31
Rheinland-Pfalz+ Saarland	735,15	-2,86
<b>Nielsen IIIa</b>	<b>1.440,54</b>	<b>-1,63</b>
Baden-Württemberg	1.702,76	-2,68
<b>Nielsen IIIb</b>	<b>1.702,76</b>	<b>-2,68</b>
Bayern	1.715,15	-2,21
<b>Nielsen IV</b>	<b>1.715,15</b>	<b>-2,21</b>
Berlin	286,77	-0,09
<b>Nielsen V</b>	<b>286,77</b>	<b>-0,09</b>
Brandenburg	250,82	-5,29
Mecklenburg-Vorpommern	259,72	-4,65
Sachsen-Anhalt	314,16	-4,38
<b>Nielsen VI</b>	<b>824,70</b>	<b>-4,74</b>
Sachsen	585,45	-4,01
Thüringen	289,23	-4,34
<b>Nielsen VII</b>	<b>874,68</b>	<b>-4,12</b>

Quelle: ZMG

## 3. Reichweiten

Von der Zeitung zu sprechen, ist fast ein Anachronismus. Nein, nicht weil sie sich überholt hat. Beileibe nicht. Sondern weil Zeitungen heute vielfältiger und vielseitiger sind als je zuvor. Für jede Nutzungsart und jede Intention, jedes Zeitfenster und jedes Interesse, jeden Geldbeutel und jede Zielgruppe gibt es heute Zeitungsangebote. Sie liefern vertiefte Hintergründe und den schnellen Überblick, laden ein zu konzentriertem Tiefgang und oberflächlichem Surfen, werden am Frühstückstisch, in der Bahn oder im Büro gelesen. Ganz nach Bedarf der Leser.

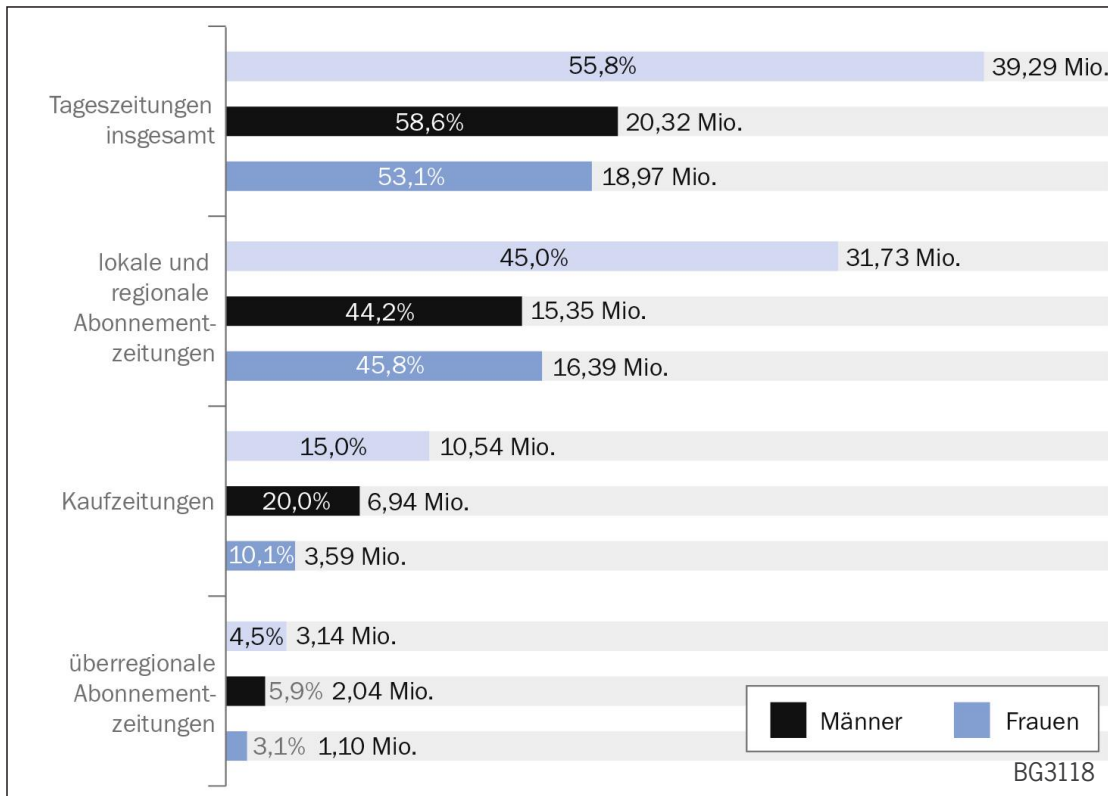
In dem Maße, in dem sich die Mediennutzung der Menschen differenziert hat, haben sich auch die Zeitungsangebote vervielfältigt. Sie erobern zeitgemäße Verbreitungswege, erproben frische Darstellungsformen, erreichen neue Zielgruppen. Das Ergebnis: Nie haben mehr Menschen Zeitungsinhalte genutzt als heute. Die Zeitungen sind fest verankert in der Gesellschaft und bleiben erste Quelle für verlässliche Informationen. Mit Reichweiten, die beeindruckend sind: 88,5 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren nutzen regelmäßig die gedruckten und digitalen Angebote der Zeitungen. Das sind mehr als 62 Mio. Menschen und damit eine große Mehrheit, quer durch alle Bevölkerungsschichten. Man könnte auch sagen: Wer lesen kann, liest Zeitung.

### Gesamtreichweite der Zeitungen wächst

Wenn neun von zehn Deutschen Zeitung lesen, dann steht außer Zweifel: Die Zeitungen haben in allen Zielgruppen eine große Leserschaft. Egal ob alt oder jung, männlich oder weiblich, Akademiker oder Arbeiter. Sie sind mehr denn je das Universalmedium, das alle gesellschaftlichen Gruppen erreicht – und zwar über alle verfügbaren Kanäle.

Die Markt-Media-Studie „best for planning“ (b4p) fasst die Print-, Online-, Mobile-Angebote und Apps einer Medienmarke zur Gesamtreichweite zusammen und macht damit die crossmediale Markenreichweite sichtbar. Für die Zeitungen heißt das: Die reine Betrachtung der beachtlichen – Printreichweiten greift bei Weitem zu kurz. Allein mit ihren gedruckten Titeln erreichen die Zeitungen 43 Mio. Menschen in Deutschland. Das entspricht einer Reichweite von 61,4 %. Das Digitalangebot nutzen regelmäßig 45,9 Mio. Menschen (65,5 %). In der Netto-Gesamtreichweite sind das 62 Mio. Zeitungsleser bzw. 88,5 % Reichweite. In der Summe gewinnen die Zeitungen durch die digitale Nutzung also monatlich 19 Mio. zusätzliche Leser im Vergleich zur reinen Printreichweite. Jeder Leser wird dabei nur einmal gezählt, egal wie oft er die Zeitung genutzt hat

## Reichweiten der Tageszeitungen in Deutschland 2018



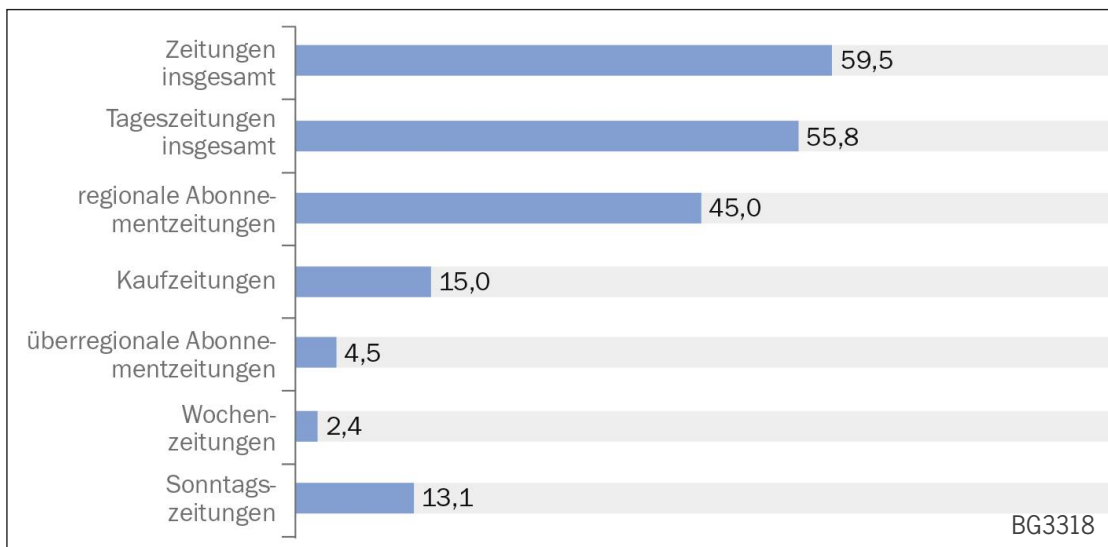
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren  
Angaben in Prozent und Mio., Quelle: BDZV

oder über welchen Kanal. Tatsächlich gibt es inzwischen viele Doppelnutzer, also Leser, die ihre Zeitung auf Papier und im Web lesen.

In allen Altersgruppen führt das Digitalportfolio der Verlage zu einem deutlichen Leserplus im Vergleich zur „Print only“-

Nutzung. Das – auch kanal- und zielgruppenspezifische – ausdifferenzierte Zeitungsangebot hat also dazu geführt, dass die Zeitungen neue Leserschichten erreichen. Auch solche, die zuvor nicht zu den Anhängern des gedruckten Blattes zählten.

## Reichweiten der Zeitungen 2018



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren

Leser pro Ausgabe (LpA), Angaben in Prozent, Quelle: Media-Analyse 2018, Presse II, Quelle: BDZV

Es ist kein Geheimnis, dass vor allem die Ansprache junger Zielgruppen zu den großen Herausforderungen der Verlage gehört. Aber über die breiter werdende digitale Angebotspalette gelingt das offenbar. Denn Spitzenreiter beim crossmedialen Zugewinn sind die jungen Zielgruppen. Digital Natives, von Generation Y bis Generation Z, sind mit dem Internet sozialisiert, online-affin, und der Umgang mit einer Vielzahl an Mediengeräten, allem voran das Smartphone, ist für sie selbstverständlich. Selbstverständlich daher auch, die Zeitungsinhalte überwiegend digital konsumieren. Die Nettoreichweite aus Print und Digital ist bei den unter 30-Jährigen auf satte 91,5 % (13,3 Mio.) geklettert. Allein bei den 14. bis 29-Jährigen liegt der Zugewinn durch die Digitalnutzung damit bei 7,9 Mio. Junglesern. Das zeigt, dass die Zeitungen im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit und Gunst der jungen Mediennutzer einen guten Job machen (Quelle: BDZV).

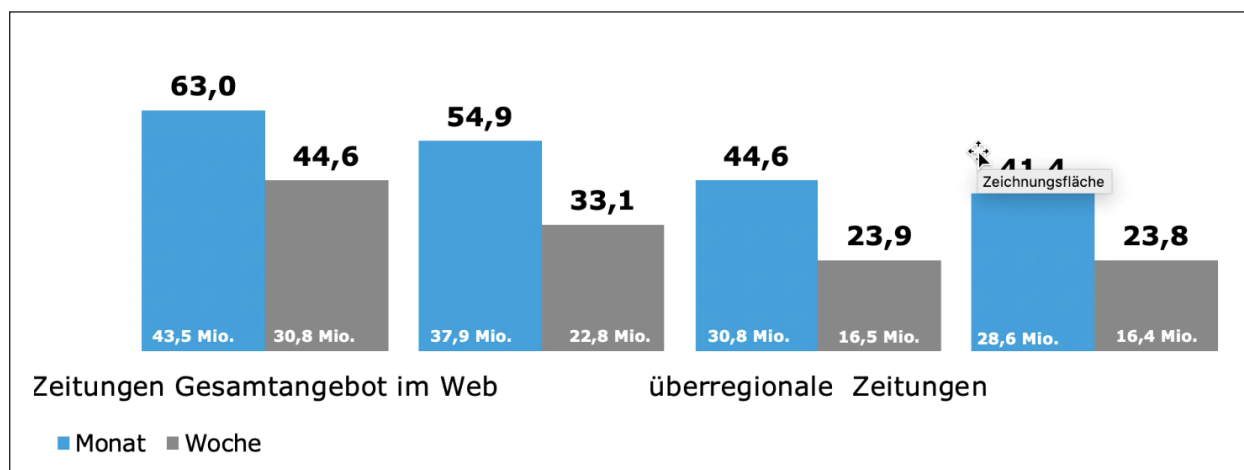
## Digitale Reichweiten

43,5 Mio. Zeitungsleser verzeichnen die deutschen Zeitungen im durchschnittlichen Monat auf ihren digitalen Angeboten. Das sind 63 % 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 2019-02 erreichen die Portale der regionalen Abonnement-Zeitungen 37,9 Mio. unique User. Damit liegt diese Gattung vor den überregionalen Zeitungen mit 30,8 Mio. und den Kaufzeitungen mit 28,6 Mio. unique Usern.

Sowohl in der Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen, die mit 79,1 % die größte Reichweite erzielt, als auch die Gruppe der 16- bis 29-Jährigen, die mit 75,4 % dahinter liegt, erreichen die digitalen Zeitungsseiten überdurchschnittlich.

Die Reichweite bei den über 50-Jährigen liegt bei 61,6 %. 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 (69,4 %). Deutlich mehr Männer (22,2 Mio.) als Frauen (21,3 Mio.) steuern die Seiten der Zeitungen an.

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



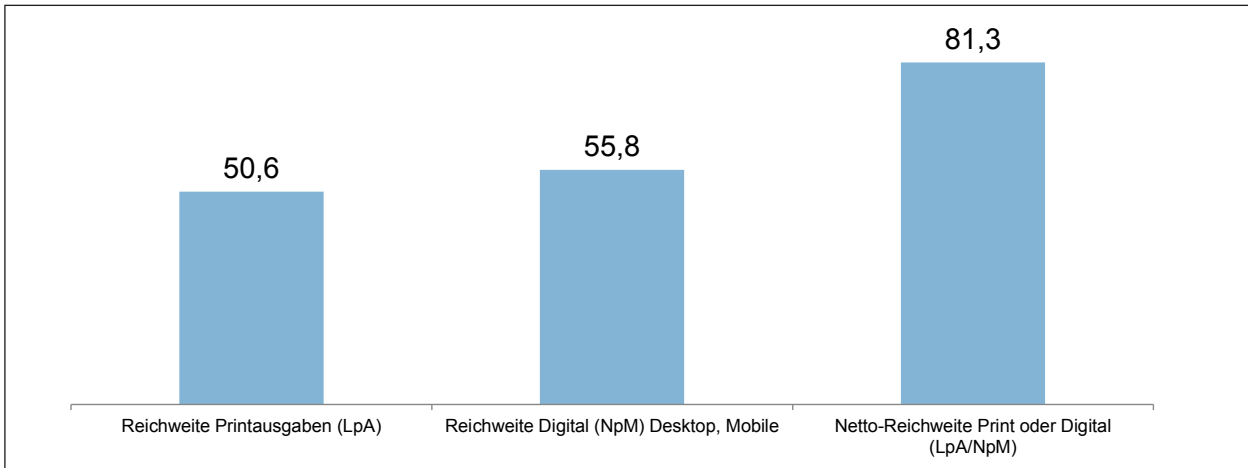
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren (69,03 Mio. Personen)  
 Quelle: AGOF digital facts Dezember 2018 bis Februar 2019

## 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 30,7 Prozentpunkte. Dies sind 2,8 Mio. zusätzliche Nutzer.

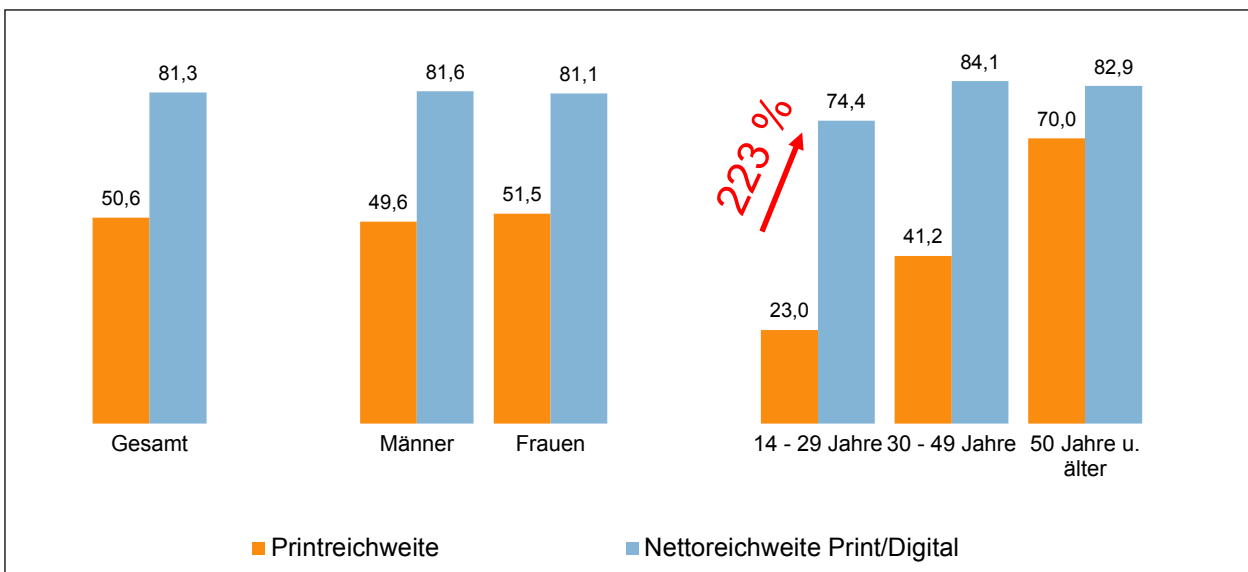
Mit der Nettoreichweite Print und Online gewinnt die Liste regionaler Abozeitungen vor allem bei den Jugendlichen. Die Zunahme von über 223 % bedeuten 1,1 Mio. zusätzliche Leser in der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre.

### Nettoreichweiten Print, Digital in Baden-Württemberg: Regionale Abozeitungen



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Baden-Württemberg (9,3 Mio. Personen)  
 Quelle: b4p 2018 II, Angaben: in %

### Nettoreichweiten Print, Digital in Baden-Württemberg: Regionale Abozeitungen

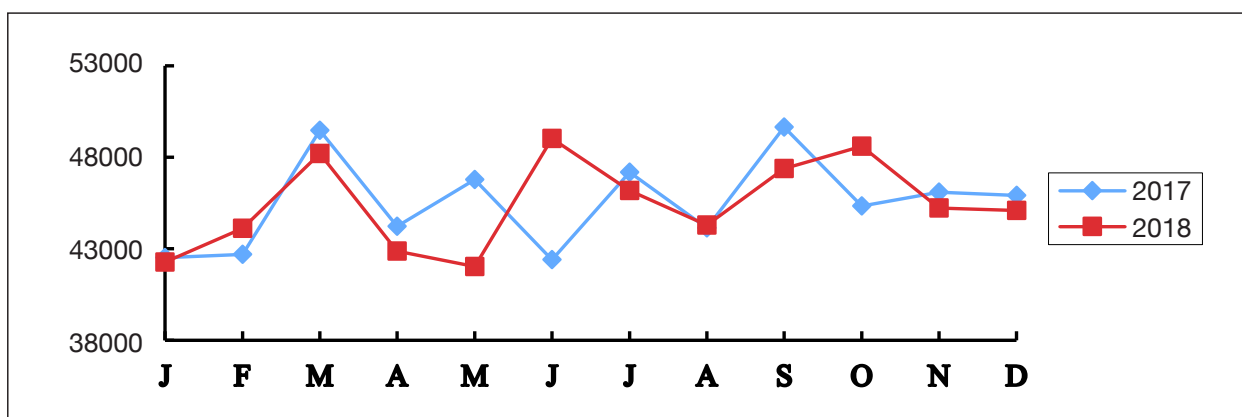


Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Baden-Württemberg (9,3 Mio. Personen)  
 Quelle: b4p 2018 II, Angaben: in %

## 4. Anzeigenumfänge

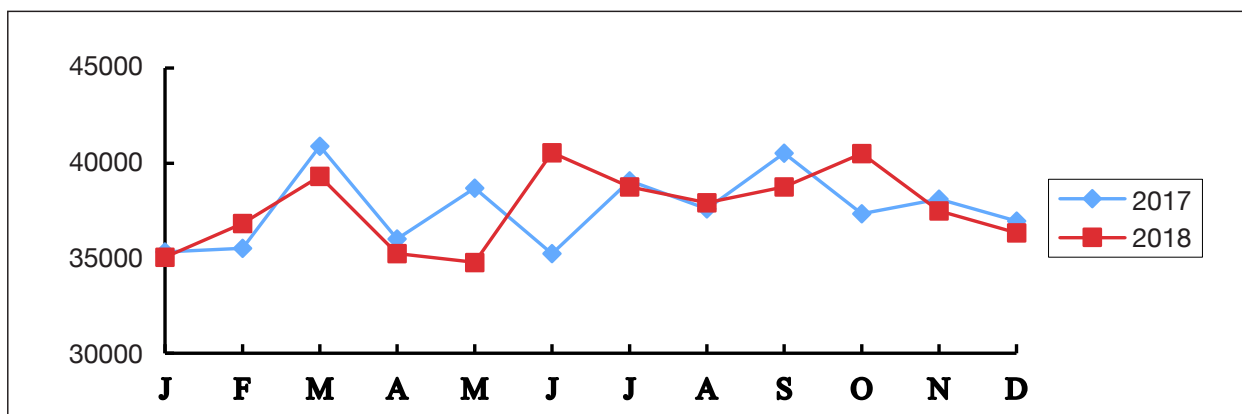
Die nachfolgenden Tabellen geben Auskunft über die Entwicklung der Bruttogesamtumfänge und der Beilagen in Baden-Württemberg. Im Jahresdurchschnitt stiegen die Bruttogesamtumfänge im Jahr 2018 im Vergleich zum Jahr 2017 um 0,6 %, die Textseiten um 0,9 % und die Bruttoanzeigen sanken um 0,8 %. Die Zahl der Prospektbeilagen sank um 5,0 %.

### Bruttogesamtumfang (Seiten)



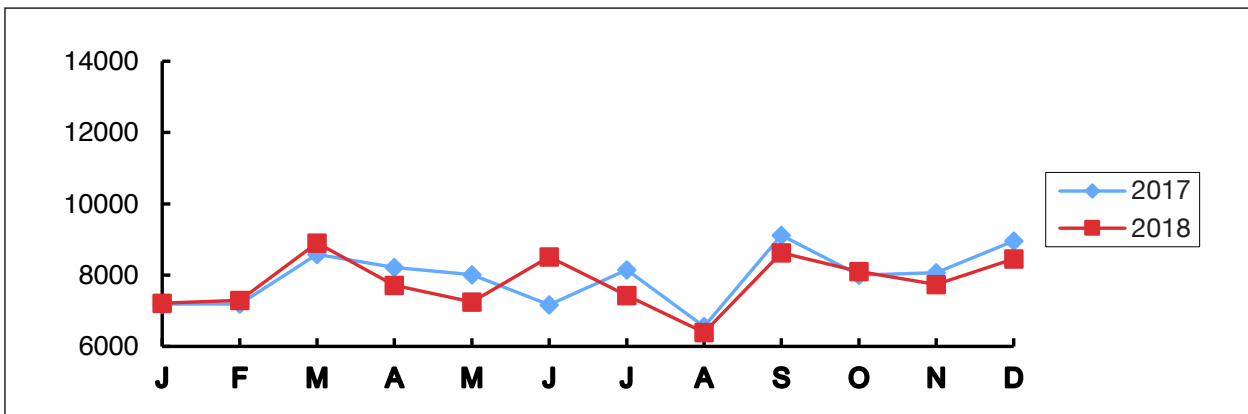
1. Bruttogesamtumfang 2018: 0,6 % (Bund: -0,6 %)

### Textseiten



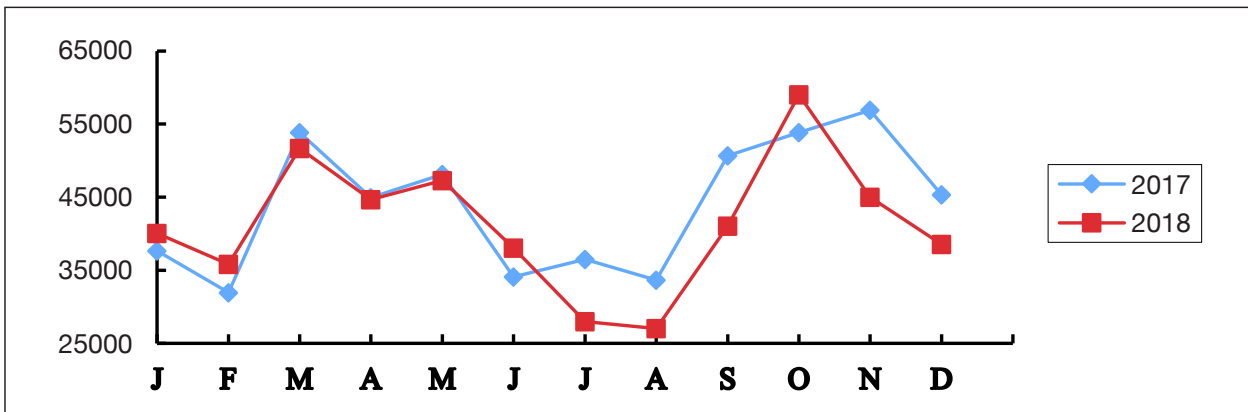
2. Textseiten 2018: 0,9 % (Bund: 0,2 %)

### Bruttoanzeigen (Seiten)



3. Bruttoanzeigen 2018: -0,8 % (Bund: -3,8 %)

### Beilagenexemplare



4. Beilagen 2018: -5,0 % (Bund: -8,7 %)



# II. ARBEIT DER VERBANDSGREMIEN







## 1. VSZV/VBZV-Jahrestagung/Mitgliederversammlung 2018

Am 23. April 2018 fand die 65. VSZV-Mitgliederversammlung, diesmal gemeinsam mit dem Verband Bayerischer Zeitungsverleger e.V. (VBZV) in Sonthofen statt. In mehrjährigem Turnus organisieren die beiden süddeutschen Zeitungsverlegerverbände diese Tagung gemeinsam und gestalten zu ihren jeweiligen Mitgliederversammlungen ein gemeinsames Rahmenprogramm. An der Mitgliederversammlung des VSZV nahmen 56 Personen teil.

Im Mittelpunkt der VSZV-Mitgliederversammlung standen neben der Erörterung verschiedener medienpolitischer Einzelfragen ein weiteres Mal die schwierigen Fragen um die Grenzen der inhaltlichen Gestaltung von gemeindlichen Amtsblättern. Herr Lehari hob in seinem Bericht über die Verbandsarbeit das Engagement der Mitgliedsverlage, insbesondere der Neuen Pressegesellschaft mbH & Co. KG, Ulm, sowie der Südkurier Medienhaus GmbH, Konstanz hervor, die keine Mühen gescheut hätten, sich in wettbewerbsrechtlichen Gerichtsverfahren der ausufernden Presstätigkeit einzelner Gemeinden hinsichtlich deren Amtsblättern zu widersetzen womit sie der Branche einen guten und gewichtigen Dienst erwiesen haben. Trotz intensiver Diskussion mit Vertretern des Städtetages in einer Arbeitsgruppe des Verbandes konnte man insbesondere noch keine endgültige einheitliche Haltung über eine sog. Positiv-/Negativliste mit den städtischen Vertretern herbeiführen. Auf die Thematik wird im Kapitel IV. 1. dieses Jahresberichtes noch etwas ausführlicher eingegangen.

Als Erfolg konnte der Verband sein Bemühen um die Sicherung der Zeitungszustellung verbuchen; so wurde

zunächst im Koalitionsvertrag eine Absenkung der Lohnnebenkosten für geringfügig beschäftigte Zeitungszusteller zugesichert worden. Sorgen bereite jedoch die Entwicklung der Rechtsprechung im Bereich der Nachzuschläge bei der Zeitungszustellung. Bisher vertrat der Verband die Rechtsauffassung, dass in diesen Fällen nicht die teilweise von Instanz-Gerichten zugesprochenen maximalen Nachzuschläge von bis zu 30 % für die Tätigkeit eines Zeitungszustellers gefordert werden können.

Herr Lehari berichtete, dass die erneute Reform des Urhebervertragsrechtes die Verlage mit schwierig zu handhabenden Auskunftsansprüchen und neuen Vergütungsansprüchen belastet hat. Auch die Reform zum „Urheberrecht in der Wissensgesellschaft“ belastete die Verlage ein weiteres Mal. So regelt das Gesetz neu, welche urheberrechtlichen Nutzungshandlungen im Bereich von Bildung und Wissenschaft gesetzlich erlaubt sind, ohne dass es einer Zustimmung der Urheber und sonstiger Rechteinhaber bedarf. Unbefriedigend sei die immer noch fehlende Verankerung eines dringend benötigten wirksamen Leistungsschutzrechtes für Verlage auf EU-Ebene.

Unverändert intensiv hatten sich die Zeitungsverleger mit dem Wettbewerbsgebaren von Google auseinanderzusetzen: BDZV und VDZ hatten im Dezember 2017 beim EuGH im Gerichtsverfahren zur Bußgeldentscheidung der EU gegen Google beantragt, als Streithelfer auf Seiten der EU-Kommission beizutreten, um die EU-Kommission in diesem Grundsatzverfahren unterstützen zu können.



Zur Plattformneutralität verwies er darauf, dass die Auffindbarkeit von Inhalten der Zeitungshäuser bei marktdominanten Anbietern durch Maßnahmen der Plattform- und Suchmaschinenneutralität sichergestellt werden müssten. Die Plattformregulierung sei neben dem Google-Kartellverfahren, dem Leistungsschutzrecht für Verleger, der Mehrwertsteuerthematik sowie der E-Privacy-Diskussion in Deutschland und Europa von zentraler Bedeutung.

Die anstehende Umsetzung der zum 25. Mai 2018 wirksam werdenden DS-GVO in den Verlagshäusern belastete die Verlage erheblich: So schilderte Herr Lehari, dass diese kostenintensiv sehr viel Arbeit erforderte. Als positives Signal wurde allerdings gewertet, dass die Landesregierung von Baden-Württemberg am 11. April 2018 einen grundsätzlich akzeptablen Wortlaut einer gesetzlichen Regelung zur Umsetzung des datenschutzrechtlichen Medienprivilegs im Landespressegesetz verankert habe. Dafür hatte sich der VSZV in vielen erfolgreichen Gesprächen mit den beteiligten Ministerien eingesetzt und man sei der Landesregierung dankbar für dieses Ergebnis.

Nach wie vor schwierig sei die Diskussion um die Ausgestaltung des Telemedienauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Ein tragfähiger Kompromissvorschlag zur Formulierung der entsprechenden Vorschriften im Rundfunkstaatsvertrag sei offen. Nach wie vor seien viele Angebote aus Sicht der Zeitungsverleger zu textlastig und nicht sendungsbezogen und glichen damit in der Anmutung den Produkten der Zeitungshäuser. Die Zeitungsverleger forderten nach wie vor, dass der Schwerpunkt öffentlich-rechtlicher Angebote eindeutig im audiovisuellen Bereich liegen müsse. Es gebe zwar einige positive Beispiele in der

öffentlich-rechtlichen Rundfunklandschaft, so z. B. moderate Angebote von SWR, BR und ZDF, gleichwohl sei die Schlacht noch lange nicht geschlagen und ein vernünftiger Kompromissvorschlag lasse auf sich warten.

Herr Lehari ging dann auf den von der Landesregierung bereits 2016 im Koalitionsvertrag vorgesehenen medienpolitischen runden Tisch zur „Medienzukunft Baden-Württemberg“ ein. Er verwies darauf, dass zeitgleich zur gemeinsamen Jahrestagung von VSZV und VBZV, nämlich am 23. April 2018, die Auftaktveranstaltung des medienpolitischen Runden Tisches stattfinde.

Im Rahmen des von der Landesregierung in der Koalitionsvereinbarung angekündigten medienpolitischen Runden Tisches sei angekündigt worden, dass man sich intensiv mit Fragen der Zeitungsverlage, aber auch des regionalen Privatfernsehens und der anderen Mediengattungen auseinandersetzen wolle. Die Landesregierung habe bereits letztes Jahr auf der Jahrestagung des VSZV durch den Regierungssprecher Rudi Hoogvliet verlauten lassen, dass sie sich einen sog. „public-value-Ansatz“ als alternatives Modell zu der bisherigen technikorientierten Förderung vorstellen könne. Sie wolle dabei auch das Landesmediengesetz auf den Prüfstand stellen und sich die Vorschriften zum so genannten „crossownership“ ansehen. Sie habe damals in Aussicht gestellt, dass man sich vorstellen könne, Verlegern lokaler Zeitungen eine Beteiligung am lokalen Rundfunk zu erleichtern, vorausgesetzt, dass keine negativen Auswirkungen auf die Meinungsvielfalt zu erwarten seien. Allerdings sei er unglücklich über die Art und Weise, wie die Terminkoordination zur Organisation der Einzelgespräche letztendlich verlaufen sei. Nach der Auftaktveranstaltung



erfolgten zu den jeweiligen Mediengattungen jeweils zwei sog. „Einzeltische“, auf denen der Verband dann vertreten sei und sich aktiv einbringen werde.

Neben der Erörterung der verbandspolitischen Arbeit nahmen die Verbandsregularien breiten Raum ein: Die Rechnungslegung des Verbandes durch Geschäftsführer RA Stephan Bourauel mit der Etabrechnung des Geschäftsjahres 2018, die Bekanntgabe der Ergebnisse der beanstandungsfreien Rechnungsprüfung durch die Rechnungsprüferin Monika Krichenbauer, Nürtinger Zeitung, sowie die Erläuterung des Voranschlags für das laufende Geschäftsjahr 2019, wiederum durch Geschäftsführer Stephan Bourauel. Es erfolgten danach Gremienneubesetzungen. Der Geschäftsführer erläuterte ergänzend die geplanten Maßnahmen des Verbandes zur Neustrukturierung seines Berufsbildungsangebotes, insbesondere für Journalisten und Verlagsmitarbeiter.

#### **Gegenstand der Sitzung waren auch die Berichte der Vorsitzenden der Fachausschüsse:**

**Dr. Kurt Sabathil, Schwäbische Zeitung**, berichtete über die Arbeit des **Anzeigenausschusses** und dessen Unterarbeitsgruppen. So hätten etwa die Empfehlungen der AG Preisliste dazu geführt, dass eine große Anzahl an Verlagen Farbzuschläge nach und nach abschaffen und eine Veränderung der Preislistenstruktur vornehmen. Hervor hob er auch die von der AG Produktentwicklung initiierte „Autowoche Baden-Württemberg“, die im Jahr 2017 durchgeführt wurde. Die advise-Akademie habe ihr Gesamtprogramm zum Mediaberater Crossmarketing weiter optimiert und biete nun auch Einzelseminare zu bestimmten Themen an.

**Wolfgang Poppen, Badische Zeitung** berichtete über die Arbeit des **Vertriebsausschusses**, der sich mit der Entwicklung innovativer Paid Content – Produkte befasst habe. Die Investition in digitale Formate gelte es nicht zuletzt wegen der positiven Entwicklung der E-Paper-Auflagen voranzutreiben. Gleichzeitig plädierte er dafür, hochwertige journalistische Inhalte nicht kostenfrei zur Verfügung zu stellen. Im Bereich der Logistik finde ein konstruktiver Erfahrungsaustausch zur Akquise zuverlässiger und leistungsbereiter Zeitungszusteller in regelmäßigen Abständen im Freiburger Logistikkreis statt, der sich darüber hinaus auch mit weiteren Logistik-Themen, etwa dem Einsatz von E-Betriebsmitteln beschäftige.

**Thomas Brackvogel, Südwest Presse**, erläuterte die neue Sitzungsroutine des **Ausschuss Digitale Medien**, die es u. a. vorsehe, zu Beginn einer jeden Sitzung über die digitalen Aktivitäten aus den Häusern zu berichten. Ziel des Ausschusses sei es, in verschiedenen Teilberei-

chen gemeinsame Standards zu schaffen und eine größtmögliche Zusammenarbeit zu organisieren, um damit die Schlagkraft aller Verbandsmitglieder insgesamt zu stärken. Es hätten sich darüber hinaus drei Unterarbeitsgruppen gebildet, zudem sei eine ständig ergänzte Liste mit Technik-Standard im Umlauf und der Ausschuss kommuniziere über das Online-Tool „slack“.

**Tilmann Distelbarth, Heilbronner Stimme**, berichtete über **die tarif- und sozialpolitische Arbeit des VSZV und des BDZV**. Er ging auf zwei wesentliche Schwerpunkte ein:

**a.) Gemeinsame Vergütungsregeln:** Bereits zu Beginn des Jahres 2017 seien die gemeinsamen Vergütungsregeln Text und Bild vom BDZV gekündigt worden. Herr Distelbarth erläuterte, dass die Kündigung wegen des neu eingeführten Verbandsklagerechts erforderlich geworden sei. Dieses ermögliche es den Gewerkschaften, unmittelbar gegen einen Verlag ein gerichtliches Verfahren anzustrengen. Darüber hinaus mache der BDZV geltend, dass die gemeinsamen Vergütungsregeln nicht mit den Vorgaben des EU-Kartellrechts vereinbar seien. Die oben genannte Neuregelung führe nach Auffassung von BDZV und VDZ zu einer nach EU-Kartellrecht unzulässigen Bindungswirkung der Gemeinsamen Vergütungsregeln. Diese Auffassung werde durch ein kartellrechtliches Gutachten von Prof. Dr. Stefan Thomas, Universität Tübingen, gestützt. Der BDZV habe das Bundeskartellamt insoweit um eine verbindliche Rechtsauskunft gebeten. Bis zu dessen Stellungnahme werde eine Wiederaufnahme der Gespräche über einen Neuabschluss der gemeinsamen Vergütungsregeln nicht stattfinden.

**b.) Tarifverhandlungen Redakteure:** Herr Distelbarth informierte über den sich zum Zeitpunkt der Jahresversammlung am 23. April 2018 ergebenden Sachstand der Tarifverhandlungen für Redakteure. Die Thematik wird auch im Kapitel Recht und Sozialpolitik, siehe Kapitel III Ziff. 6 erörtert.

Der Gehaltstarifvertrag für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen sowie des Tarifvertrags für arbeitnehmerähnliche freie Journalisten an Tageszeitungen sei durch die Gewerkschaften DJV und dju in ver.di fristgerecht gekündigt worden. Die Gewerkschaften hatten eine Erhöhung der Gehälter und der Honorare um linear 4,5 %, eine überproportionale Erhöhung der unteren Tarifgruppen um mindestens 200 € bei einer Laufzeit von 12 Monaten sowie eine Ausdehnung des räumlichen Geltungsbereichs des §12a-Tarifvertrages auf Mecklenburg-Vorpommern und Hessen gefordert. In den bisherigen vier Verhandlungsrunden am 30. Januar, 30. Februar, 12. März und 9. April 2018 habe sich eine grundsätzlich ablehnende Haltung gegen-

über den Angeboten der Verleger gezeigt. Schließlich habe man verlegerseitig eine Erhöhung der Tarifgehälter um 2,6 % in zwei Schritten ab 1. August 2018 bei einer Laufzeit von 30 Monaten sowie eine Anhebung der Einstiegsgehälter um 120 € angeboten. Die Verlegerseite habe zudem Vorschläge für eine Neuformulierung der Berufsjahresstafel vorgelegt sowie eine Öffnungsklausel zur Entgeltumwandlung im GTV vorgeschlagen. Um den Manteltarifvertrag zukunftssicher gestalten zu können, habe der BDZV weiter vorgeschlagen, diesen für die Redakteurinnen und Redakteure nicht am 30. Juni 2018 zum 31. Dezember 2018 zu kündigen, sondern zunächst um ein weiteres Jahr zu verlängern. Die Gewerkschaften hätten dieses Angebot jedoch erneut abgelehnt. Die Tarifverhandlungen würden am 25. April 2018 in fünfter Runde fortgesetzt.

**Dr. Christine Bechtle-Kobarg, Eßlinger Zeitung,** berichtete über die Seminararbeit des Verbandes in den Bereichen der Journalistischen Berufsbildung (JBB), verlagskaufmännischen Ausbildung und Prüfungsvorbereitung für auszubildende Medienkaufleute.

Was die Arbeit der JBB angehe, so sei deren Angebot modernisiert und ergänzt worden. Der Wegfall der durch die VG-Wort ausgekehrten Reprografiemittel belaste die Finanzierung der JBB. Man sei im Gespräch mit dem Deutschen Journalistenverband (djuv) BW hinsichtlich der von diesem betriebenen Journalisten-Ausbildungsorganisation JA wegen einer Kooperation. Die bisherigen Gespräche seien noch ohne Ergebnis geblieben.

Im Jahre 2017 habe man bei den Prüfungsvorbereitungsseminaren für Medienkaufleute wiederum einen leichten Teilnehmeranstieg zu verzeichnen gehabt, der sich allerdings nicht im Jahre 2018 fortgesetzt habe.

Auch hinsichtlich der durch den VSZV organisierten Seminarangebote für kaufmännische Angestellte müsse berichtet werden, dass von acht geplanten Veranstaltungen lediglich drei Seminare kostendeckend durchgeführt werden konnten. Entsprechend seien die Teilnehmerzahlen im Vergleich zum Vorjahr gesunken.

Darüber hinaus sei im Berichtsjahr zum zweiten Mal erfolgreich das Gesamtprogramm zum „Medienberater Crossmarketing“ für Nachwuchs-Mediaberater unter dem Dach der advise-Akademie für Medienberatung durchgeführt worden.

**Markus Ruppe, Geschäftsführer der Zeitungsmarketinggesellschaft ZMG,** berichtete von der konzeptionellen Neuausrichtung der ZMG. Die ZMG konzentriere sich zukünftig auf die Bereiche Forschung und Mediaservice und wandle sich damit in einen reinen Dienstleister für Daten und Marketing-Services. Die Kommunikationsbereiche von ZMG und BDZV seien bereits zum 1. Januar 2017 beim BDZV zusammengeführt worden. Die Gattungsvermarktung sei seit 1. Januar 2018 eingestellt. Für die Gruppe ungebundener Verlage werde jedoch weiterhin ein Marktforschungssupport angeboten.

An die Stelle des Aufsichtsrats trete ein Beirat, der aus jeweils zwei Vertretern des BDZV, der Vermarkter Score Media und Media Impact sowie der Gruppe ungebundener Verlage besteht. Hinzu komme der Vorsitzende, der auf Vorschlag des BDZV-Präsidiums von der BDZV-Delegiertenversammlung gewählt worden sei.



## Weitere Programmpunkte der Jahrestagung

### Pressekonferenz

In der gemeinsam von den Verbänden VSZV und VBZV bestrittenen Pressekonferenz beantworteten die Mitglieder des VSZV- sowie des VBZV-Vorstandes Fragen der anwesenden Journalisten zur Entwicklung der Branche.

### Vortragsveranstaltung am Nachmittag

An der im Sonthofener Tagungshotel AllgäuStern ausgerichteten Festveranstaltung der beiden süddeutschen Zeitungsverlegerverbände nahmen über 200 Gäste aus Politik, Wirtschaft und Kultur teil.

Die beiden Vorsitzenden der Verbände, Valdo Lehari jr. Vorsitzender des VSZV und Andreas Scherer, Erster Vorsitzender des VBZV, richteten einen gemeinsamen Appell an das europäische Parlament: Es wäre höchste Zeit, dass Europa dem unfairen Treiben der Internet-Giganten Google, Facebook und Co. einen Riegel vorschiebe. Sie forderten Brüssel auf, endlich ein europäisches Urheberrecht zu verabschieden, welches es den Verlagen ermögliche, für die Nutzung ihrer Inhalte durch Dritte ein angemessenes Entgelt zu verlangen. Es sei höchst bedauerlich, dass sich die meisten globalen Suchmaschinen und andere digitale Plattformen juristisch gegen ein bereits verabschiedetes deutsches Leistungsschutzrecht sperrten und jede Zahlung für die Nutzung wertvoller Verlagsinhalte verweigerten. Offenbar sei den digitalen Giganten nur noch durch Maßnahmen auf europäischer Ebene beizukommen.

Die systematische Nutzung fremder Inhalte als Geschäftsmodell stelle auf Dauer eine große Gefahr für die Pressevielfalt und damit für die Demokratie dar. Globale Mono-

polisten nutzten ohne die nötige gesellschaftspolitische Verantwortung den digitalen Markt zum Nachteil der heimischen Medienhäuser, die einen verantwortungsbewussten und regional verwurzelten Journalismus pflegten. Wohin das mangelnde Verantwortungsbewusstsein digitaler Giganten führen könne, habe der jüngste Skandal um den millionenfachen Datenmissbrauch bei Facebook gezeigt. Das gelte auf breiter Linie. Google, Facebook und Co. nutzen nicht nur fremde Inhalte für ihre eigenen Geschäftsmodelle. Sie nutzten ihre internationale Aufstellung auch, um erhebliche Steuervorteile zu erzielen, auch zum Nachteil der heimisch verankerten und verantwortungsbewussten Medien.

Zur Sicherung der gedruckten Zeitung als Kernprodukt der regionalen Medienhäuser forderten die Vorsitzenden, die Zeitungszustellung wie eine haushaltsnahe Dienstleistung zu behandeln. Dies sei dringend notwendig, weil durch die Ausgestaltung des Mindestlohns für die Verlagsbranche die Kosten für den Zeitungsvertrieb immens gestiegen seien. Damit sei die flächendeckende Auslieferung von Tageszeitungen ernsthaft bedroht. Dies sei aber eine Voraussetzung für eine umfassend informierte Bürgerschaft, ohne die eine Demokratie nicht leben könne. Hier konnte auf ein Zitat des baden-württembergischen Ministerpräsidenten Winfried Kretschmann zurückgegriffen werden, der die Zeitung als haushaltsnahes Produkt beschrieben habe: „man liest die Zeitung noch nicht draußen am Briefkasten, sondern drinnen am Frühstückstisch“. Der Koalitionsvertrag der großen Koalition in Berlin weise hier zumindest in die richtige Richtung.

Die beiden Verbände appellierten auch an den Vorsitzenden der ARD, Ulrich Wilhelm, bei den Onlineauftritten der öffentlich-rechtlichen, also den gebührenfinanzierten Sendern, mit presseähnlichen Angeboten zurückhaltender zu



sein. Dies verlange der Rundfunkstaatsvertrag ohnehin. Außerdem gelte das Prinzip, dass die Presse auch auf dem digitalen Markt staatsfern sein müsse. Der Staat dürfe sich nicht als Verleger betätigen. Es sei nicht zulässig, mit Steuergeldern den privat finanzierten Medien Konkurrenz zu machen; dies gelte vor allem für kommunale Amtsblätter mit redaktionellen Inhalten und kostenlosen Anzeigenportalen der öffentlichen Hand. Auch das sei ein unfairer Wettbewerb, der so nicht hingenommen werden könne. Herr Lehari jr.: „die Amtsblätter und online-Portale zahlreicher Kommunen vor allem in Baden-Württemberg entwickelten in den letzten Jahren beinahe schon den Charakter von Lokalzeitungen. Die Inhalte gingen weit über die staatliche Informationsaufgabe einer verwaltungsbezogenen Berichterstattung hinaus.“

### Allgäuer Abend

Zum Ausklang der gemeinsamen Jahrestagung von VSZV und VBZV lud der Allgäuer Zeitungsverlag zum Allgäuer Abend in der nahe von Sonthofen gelegenen Sonnenkopfhütte ein. Nach der kurzweiligen Begrüßung durch den Gastgeber, Markus Brehm, wurden die Gäste eingeladen, sich von regionalen Spezialitäten und zünftiger Musik verwöhnen zu lassen.



## 2. Vorstand

Der VSZV-Vorstand trat im Berichtsjahr am 17. Januar, 8. März, 13. Juni, 14. September sowie am 21. November zu Präsenzsitzungen zusammen. Am 27. März und am 25. Mai wurden Telefonkonferenzen abgehalten.

In der Präsenzsitzung am 17. Januar wurde über die strategische Ausrichtung der bevorstehenden Tarifverhandlungen zu einem neuen Gehaltstarifvertrag für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen diskutiert. Weitere Tagesordnungspunkte waren: Weiterentwicklung der VSZV-Imagekampagne, Etablierung einer Imagekampagne für Zusteller und Standpromotion im Lebensmitteleinzelhandel.

Gegenstand der Sitzung am 8. März war der Ablauf der VSZV-Jahrestagung 2018 in Sonthofen. Neben den alljährlichen Berichten aus den VSZV-Ausschüssen wurden außerdem folgende Tagesordnungspunkte behandelt: Vorbereitung der Sitzung des BDZV-Präsidiums, Tarifpolitik und VSZV-Gremienarbeit.

Im Rahmen der Telefonkonferenz am 27. März erläuterte Herr Bourauel in Vorbereitung auf die VSZV-Mitgliederversammlung die VSZV-Jahresabrechnung 2017 und den Etat-Voranschlag 2018. Weiter wurde vom Stand der Tarifverhandlungen zu einem neuen Gehaltstarifvertrag für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen berichtet.

Eine weitere Telefonkonferenz am 25. Mai diente der Vorbereitung des „Runder Tisch Presse“, der – neben weiteren themenbezogenen Einzeltischen – vom Staatsministerium Baden-Württemberg ins Leben gerufen wurde und dessen Ziel es ist, die Medienzukunft Baden-Württembergs zu erörtern und aktiv mitzugestalten.

Die Präsenzsitzung des VSZV-Vorstandes am 13. Juni hatte neben der Vorbereitung der Präsidiumssitzung insbesondere die aktuellen tarifpolitischen Entwicklungen zum Inhalt. Weiter wurde von der konstituierenden Sitzung des Arbeitskreises Gattungsmarketing unter Vorsitz von Herrn Wiesner berichtet, dessen Ziel es ist, eine eigene VSZV-Gattungskampagne zu entwickeln. Weitere Themen der Sitzung waren: Quartalsbericht VSZV Service GmbH und Runder Tisch zur Medienzukunft Baden-Württemberg.

In der Sitzung des VSZV-Vorstandes am 14. September wurde erneut über die tarifpolitische Situation diskutiert, insbesondere über die Kündigung des Manteltarifvertrages für die Angestellten der Druckindustrie Baden-Württemberg sowie über den Umgang mit den bei ver.di organisierten Redakteuren, mit denen ein Tarifabschluss nicht erzielt

werden konnte. Weiter behandelte der VSZV-Vorstand die Frage der finanziellen Unterstützung von Verlagen, die im Rahmen datenschutzrechtlicher Rechtsstreitigkeiten Präzedenzfälle mit bundesweiter Bedeutung schaffen. Untertützt wurde der Vorstoß des Arbeitskreises Gattungsmarketing, einen Agenturpitch mit drei ausgewählten Agenturen durchzuführen. Schließlich diente die Sitzung der Vorbereitung der BDZV-Delegiertenversammlung und dem Bericht über das Ergebnis des ersten und zweiten Quartals der VSZV Service GmbH.

In der Präsenzsitzung am 21. November beschloss der Vorstand die Anlauffinanzierung einer Wissensdatenbank zum Umgang mit der EU-Datenschutzgrundverordnung, die von der gleichlautenden Arbeitsgruppe initiiert wurde. Diskutiert wurde zudem das weitere Vorgehen in Sachen VSZV-Imagekampagne sowie der Sachstand einer Auseinandersetzung eines Mitgliedsverlages mit dem Landesdatenschutzbeauftragten. Erneut wurde die aktuelle tarifpolitische Situation erörtert. Weitere Tagesordnungspunkte waren: Vorbereitung der BDZV-Präsidiumssitzung, Amtliche Publizistik und Quartalsbericht der VSZV Service GmbH.

## 3. VSZV-Anzeigenausschuss

Im Jahr 2018 tagte der VSZV-Anzeigenausschuss am 20. Juni sowie am 13. Dezember.

Die erste Sitzung fand am 20. Juni auf Einladung der Schwäbischen Zeitung in Ravensburg statt. Der Anzeigenausschuss befasste sich in dieser Sitzung mit dem Schwerpunktthema Recruiting. So stellte die Schwäbische Zeitung das im Jahr 2015 als StartUp gegründete Portal „startbahnsued.de“ vor, das speziell auf junge Zielgruppen ausgerichtet ist und den Kunden eine Mischung aus Personalmarketing und Recruiting bietet. Weiter skizzierte Herr Christian Hagedorn, Westpress, die geänderten Anforderungen an Stellenanzeigen. Schließlich wurden die Fortschritte der Arbeitsgruppen des Anzeigenausschusses präsentiert und diskutiert und die VSZV-Vermarktungstagung 2018 vorbereitet.

In seiner Sitzung am 13. Dezember in Stuttgart begrüßte der Anzeigenausschuss zwei Gäste: Herr Philipp Gatz präsentierte die vom Tochterunternehmen Medienkraftverstärker der Mediengruppe Oberfranken entwickelte Tourismus-App „Hello Bamberg“, eine Erlebnis-App mit lokalem Insiderwissen. Im Anschluss informierte Herr Dr. Simon Geisler über die Möglichkeiten des Content Engineering zur Steigerung der Sichtbarkeit der Marke und zur Schaffung eines speziellen Werbeumfeldes. Folgende weitere Themen



standen auf der Tagesordnung: Berichte aus den Arbeitsgruppen, Nachbetrachtung der VSZV-Vermarktungstagung 2018 und Vorschau 2019 sowie Informationen zu aktuellen medienpolitischen Fragen.

## 4. VSZV-Vertriebsausschuss

### 4.1. Sitzungen

Der VSZV-Vertriebsausschuss tagte im Berichtsjahr am 22. Juni und am 6. Dezember in Stuttgart.

Bereits im vergangenen Jahr hatte sich der Ausschuss auf folgende Neustrukturierung des Ausschusses verständigt: Zukünftig sollen zwei Sitzungen pro Jahr stattfinden. Eine Sitzung wird sich schwerpunktmäßig mit dem Thema Logistik, eine weitere Sitzung mit dem Thema Lesermarkt befassen. Jedes Mitglied des Vertriebsausschusses hat die Möglichkeit, zu den Sitzungen einen Vertreter zu entsenden, wenn dieser Vertreter spezielle Kenntnisse der im Ausschuss behandelten Themenschwerpunkte hat.

Die erste Sitzung am 22. Juni war dem Themenschwerpunkt Lesermarkt gewidmet. Der Ausschuss begrüßte zwei Gäste: Herr Markus Hofmann, Badische Zeitung, informierte über das im Jahr 2006 gegründete Portal fudder.de, das auf junge Erwachsene ausgerichteten Lokaljournalismus aus der Region Freiburg betreibt und das nun ein neues Erlösmodell entwickelt hat: den Club der Freunde, dessen Zielgruppe zahlungsbereite junge Berufstätige sind, denen vermittelt werden soll, dass digitaler Journalismus nicht kostenfrei zur Verfügung stehen kann. Weiter erläuterte Herr Rieping die Ibbenbürener Themenwelten: ein personalisierbares, preiswertes und an den Nutzerinteressen ausgerichtetes Angebot spezifischer, lokaler Themenkomplexe.

#### Die weiteren Themen der Sitzung:

- Aktuelle medienpolitische Entwicklungen
- Bericht aus dem BDZV-Vertriebsausschuss und den BDZV-Arbeitsgruppen
- Erfahrungsaustausch: Umsetzung der Datenschutzgrundverordnung
- Vorbereitung der VSZV-Vermarktungstagung 2018

Themenschwerpunkt der Sitzung am 6. Dezember war die Logistik. Neben einem Bericht aus der BDZV-Arbeitsgruppe Logistik, dem Freiburger Logistikkreis und der neu gegründeten Arbeitsgruppe Benchmark Logistik stellte Herr Thomas Kluzik die Zustellerkampagne des Südkurier vor, die durch einen innovativen CRM-Ansatz flankiert wird. In einem

weiteren Tagesordnungspunkt fand ein Austausch zu den bisherigen Erfahrungen mit der Datenschutzgrundverordnung statt: Insbesondere informierte die Ludwigsburger Kreiszeitung über ein aufsichtsrechtliches Kontrollverfahren des Landesdatenschutzbeauftragten wegen offen einsehbarer Packzettel. Weitere Tagesordnungspunkte waren: Aktuelles aus Rechtsprechung und Medienpolitik und Nachbetrachtung der VSZV-Vermarktungstagung 2018.

### 4.2. Arbeitsgruppe Benchmark Logistik

Im Berichtsjahr wurde innerhalb des VSZV-Vertriebsausschusses eine neue Arbeitsgruppe gegründet, deren Ziel es war und ist, Kennzahlen für ein Benchmarking im Bereich der Logistik zu entwickeln und auf diese Weise 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 hat sich entschieden, im Jahr 2019 eine weitere Abfrage durchzuführen und hofft auf eine rege Teilnahme, um eine solide Vergleichsbasis der Ergebnisse herbeizuführen.

## 5. Digitale Medien

### 5.1. Sitzungen des VSZV-Ausschusses Digitale Medien

Der Ausschuss Digitale Medien tagte unter dem Vorsitz von Thomas Brackvogel, Neue Pressegesellschaft, Ulm, im Berichtsjahr viermal.

In der ersten Sitzung am 11. Januar 2018 befasste sich der Ausschuss mit den technischen Entwicklungen im Bereich der sog. virtuellen Realität, mit Fragen der digitalen Stadtentwicklung und den sich daraus ergebenden Konsequenzen für die Vernetzung der unterschiedlichen kommunalen Beteiligten (Stadtverwaltung, Bürger, Wirtschaftsunternehmen, Presse) sowie dem Thema „Big Data“ aus unterschiedlichen Blickwinkeln.

1. Flugsimulator Birdly, Stadt Ulm (Ortstermin)
2. Digitale Stadtentwicklung in BW  
Christian Geiger, Stadt St. Gallen, CH
3. Big Data in der Fußballberichterstattung  
Florian Huth – Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG

4. Von Big Data zu Smart Data in einem Regionalverlag  
Dr. Steffen Ehrmann – Schwäbischer Verlag GmbH & Co. KG Drexler, Gessler

In der zweiten Sitzung am 14. März 2018 in Stuttgart befasste sich der Ausschuss mit Erhebungsmethoden und der Sichtbarkeitmachung/Auswertung von Nutzerströmen zwischen Verlagswebsites und sozialen Netzwerken und Suchmaschinen. Die Möglichkeiten des sog. Content Crawling zur Ermittlung bzw. zum Auffinden berichtsrelevanter Themen wurden anhand verschiedener praktizierter Lösungsansätze erörtert. Die Thematik Fake News in allen für die Presse bedenklichen Auswertungen wurde anhand tatsächlicher Vorkommnisse in der Kölner Silvesternacht 2016/2017 dargestellt und analysiert.

1. Arbeitsgruppe KPIs mit Erläuterungen  
Daniel Torka, NPG Digital, Ulm  
Dr. Stefan Dierkes, SDZ Druck und Medien GmbH, Aalen
2. Strategie, Produktion und Distribution im Rahmen des Content Engineering  
Yvonne Wagner, Ebner Verlag GmbH & Co. KG, Ulm
3. Veränderte Marktbedingungen in der lokalen Berichterstattung – eine Wettbewerbsanalyse und mögliche Lösungsansätze  
Daniel Torka, NPG Digital GmbH, Ulm
4. Das Listening-Center der Rheinischen Post  
Hannah Monderkamp, Rheinische Post Media GmbH, Düsseldorf (via GoToMeeting)
5. Fake News – Dynamik in der Verbreitung und regionale Beobachtungen  
Peter Bandermann, Ruhr Nachrichten Verlag & Co. KG, Dortmund

In der dritten Sitzung am 25. Juli 2019 wurde unter anderem das Thema „Nicht-Publizistische Geschäftsmodelle“ behandelt und dieses anhand praktischer Beispiele aus den Mitgliedsunternehmen diskutiert. Berichtet wurde über eine Plattform/einen digitalen Marktplatz der Verlage der DDV Mediengruppe, welcher die Möglichkeit bietet, eigene Produkte und Dienstleistungen zu vertreiben oder sich zu Themen auszutauschen, welche die Branche betreffen.

1. Der Mehrwertmarkt – Das Netzwerk für Verlage  
Ludwig Zeumer, DDV Mediengruppe, Dresden
2. Sitzungsroutine: Arbeitsgruppen und Bericht der Exkursion nach Berlin  
Martin Wilhelm, Heidenheimer Zeitung  
Daniel Torka, NPG Digital, Ulm
3. Konferenzbericht Digital Media Europe, Kopenhagen  
Martin Wilhelm, Heidenheimer Zeitung
4. Konferenzbericht South by Southwest, Austin, Texas  
Tobias Köhler, Südwestdeutsche Medienholding

5. Konferenzbericht VDZ Digital China Tour, Shanghai  
Daniel Torka, NPG Digital, Ulm
6. Tour-de-table: Vorstellung von Ideen und Projekten abseits des publizistischen Kerngeschäfts

In der vierten Sitzung am 15. November 2019 ging es im Schwerpunkt über die Bedeutung des Influencer Marketings und dessen Auswirkungen auf das Tagesgeschäft der Zeitungsverlage. Neben den Berichten der Mitgliedsverlage zu eigenen Projekten stand zum einen die wissenschaftliche Bewertung von Influencer-Modellen im Fokus, darüber hinaus die Frage, was bei der Gestaltung von sog. Influencer-Kampagnen zu beachten ist. Es wurden Anbieter diskutiert und deren Ansätze präsentiert, Unternehmen den Influencer-Werbeansatz zu vermitteln und Kampagnen zu initiieren.

1. Tour de Table: Vorstellung und Austausch zu Influencer- und Reichweitenmodellen
2. „Einkaufen bei Freunden“ – Bedeutung des Influencer-Marketings aus wissenschaftlicher Sicht (Boris Kühnle, HdM Stuttgart)
3. Nqyer Media x Verlagshaus – Integration von Influencer-Marketing in Kampagnen (Julian Mohr – Nqyer Media GmbH)
4. Permodo, Freachly etc. – Marktaussichten und Kooperationschancen (Martin Schaible – Schaible Medien Partner/UPGRADE MEDIA GmbH)

## 5.2. Arbeitsgruppe Datenschutzgrundverordnung

Die bereits im September 2017 gegründete Arbeitsgruppe DS GVO unter der Leitung von Herrn Martin Wilhelm, Heidenheimer Zeitung, tagte im Jahre 2018 insgesamt fünfmal.

In der ersten Sitzung des Berichtsjahres, am 29. Januar 2018, stand neben aktuellen Fragen zum Stand der Umsetzung der Anforderungen der DS GVO in den Mitgliedsverlagen insbesondere die Diskussion um die geplante Verankerung des datenschutzrechtlichen Medienprivilegs im baden-württembergischen Landespressegesetz, im Rundfunkstaatsvertrag (für die redaktionell-journalistischen Telemedienangebote) im Fokus. Gleichzeitig führten die AG-Mitglieder eine erste Gesprächsrunde mit dem baden-württembergischen Landesbeauftragten für den Datenschutz, Dr. Stefan Brink, der in einem Impulsreferat seine Sicht über die Auswirkungen der DS GVO schilderte und auch aus seiner europarechtlichen Sicht an der vom Land Baden-Württemberg im Landespressegesetz vorgesehen Umsetzung des sog. Medienprivilegs Kritik übte. Zum Thema „Medienprivileg“ sei an dieser Stelle auf das Kapitel IV dieses Jahresberichts, Medienpolitik, verwiesen.

Am 24. April 2018 traf sich das Gremium zum zweiten Mal. Neben den Fragen der Umsetzung der DS GVO in den Häusern und der Erörterung von Best Practice Beispielen waren Schwerpunkt der Sitzung Fragen der datenschutzrechtlichen Schulung der Verlagsmitarbeiter sowie deren Sensibilisierung für datenschutzrechtliche Fragen.

In der Sitzung am 19. September 2018 befasste man sich mit Fragen der Gestaltung von Einwilligungserklärungen in werblichen Aktionen und beschloss unter den AG-Mitgliedern eine entsprechende Umfrage zu starten. Erstmals befasste man sich mit der Frage, ob verbandlich einheitliche Datenschutz-Verhaltensregeln nach § 40 DS GVO als Branchenstandard nach dem Vorbild des Verbandes Österreichischer Zeitungsverleger auch in Baden-Württemberg realisiert werden könnten.

Alleinigen Schwerpunkt der vierten Sitzung am 16. Oktober 2018 bildete die Erörterung des geplanten Branchenstandards für gemeinsame Datenschutzregeln in Österreich. Die Arbeitsgruppe kam zu dem Ergebnis, dass eine eigene Lösung für den Verband geschaffen werden sollte, die im Zusammenhang mit dem Datenschutzrecht weitere Fragen aus angrenzenden Rechtsgebieten (Wettbewerbsrecht, Verbraucherrecht, Presserecht) mitberücksichtigt.

In der letzten Gremiensitzung des Jahres am 15. November 2018 ging es um die konkrete Ausgestaltung und die Anforderungen an die eigene VSZV Wissensdatenbank Datenschutz, die gemeinsam mit dem auf IT-Recht und Datenschutz spezialisierten Beratungsunternehmen AGOR AG Frankfurt), umgesetzt werden könnte sowie die mögliche Gestaltung eines Preismodells.

## 6. VSZV-Vermarktungstagung 2018

Die VSZV-Vermarktungstagung stieß im Berichtsjahr wieder auf große Resonanz: Auf Einladung der Heidenheimer Zeitung kamen etwa 90 Verantwortliche aus den Bereichen Anzeigen, Vertrieb und Digitale Medien im Congress Zentrum Heidenheim zusammen und tauschten sich zu aktuellen verlagswirtschaftlichen Themen der Branche aus.

Der erste, auf Anzeigenleiter ausgerichtete Teil der Tagung begann am Nachmittag des 15. Oktober mit einem kurzen Überblick über die Entwicklung des Anzeigenmarktes durch den Vorsitzenden des VSZV-Anzeigenausschusses, Herrn Dr. Sabathil. Im Folgenden stellte Herr Ralph Strickler, Badische Zeitung, gemeinsam mit Frau Sara Deisel, Vocatus AG, das Projekt der Badischen Zeitung zur kundenorientierten Ausrichtung der Mediaberatung vor. Sehr interessant waren auch die Vorträge der Herren Skulimma, Exozet, und Töpel, OMD: Ersterer zeigte auf, mit welchen Maßnahmen sich nachhaltig digitale Erlöse erzielen lassen, letzterer appellierte an die Tageszeitungsverlage, die (digitale) Kommunikationsberatung für regionale Handelskunden weiter auszubauen. Folgende weitere, für die Werbevermarktung relevante Themen standen auf der Tagesordnung:

- Advise-Akademie – Feedback 2018 und Seminarplanung 2019
- Neuaufstellung der ZMG

Nach Ende des ersten Tages kamen die Teilnehmer der Tagung zu einem gemeinsamen Kollegenabend zusammen, der mit einer Führung durch das Stadion des 1. FC Heidenheim begann und im Kulturhof Erpfenhausen bei gutem Essen und wahrlich „zauberhafter“ Unterhaltung ausklang.



Am Morgen des 16. Oktober fand der gemeinsame Tagungsteil statt, der übergreifende Themen in den Blick nahm. Nachdem Herr Christian Eggert, BDZV, aktuelle Rechtsprechung und die medienpolitische Agenda der Verbände näher beleuchtet hatte, skizzierte Herr Peter Bender, Schwäbische Zeitung, die Herausforderungen, die Zeitungsverlage beim Wettbewerb um gutes Personal bewältigen müssen. Beeindrucken konnte im Anschluss auch Herr Tim Bansemer, inblock.io, der die Chancen von Blockchaintechologien für Verlage aufzeigte.

Ein interessantes wie abwechslungsreiches Tagungsprogramm bot sich auch den Vertriebsleitern am Nachmittag des 16. Oktober:

So stellte Herr Michael Pille den erfolgreichen Digitalvertrieb bei der Neuen Osnabrücker Zeitung vor, der auf sechs wichtigen Faktoren basiert: Klare Verantwortlichkeiten, ganzheitliche Kampagnensteuerung, zielgruppengerechte Ansprache, Automatisierung und Vereinfachung von Prozessen sowie die konsequente Einschränkung kostenloser Nutzungsstrukturen. Weiter berichtete Herr Carsten Groß von der Abonnementpreis-Strategie von Dumont Rheinland, die das Ziel verfolgt, den Abopreis stärker als bisher an der konkreten Kundenbeziehung auszurichten. Für die Logistikverantwortlichen unter der Hörerschaft beleuchtete Herr Markus Bohl, Berater für Verlagslogistik, den Wandel, den die Zustellung derzeit durchlebt: Von den Veränderungen der Mitarbeiterstruktur und damit zusammenhängend der Arbeitsverhältnisse über die Herausforderung an die Gebietsleiter bis hin zum Einsatz technischer Hilfsmittel wie E-Bikes und Elektrofahrzeuge. Nicht zuletzt aus diesem Grund wurde auf VSZV-Ebene ein logistisches Benchmark etabliert, das die Herren Lauer, Schwäbisches Tagblatt, und Schniepp, Zeitungsverlag Waiblingen, zum Abschluss der Tagung vorstellten.

## 7. VSZV-Gattungsmarketing

Bereits im Jahr 2017 wurde auf VSZV-Ebene eine Gattungskampagne („Jedes Wort wert“) umgesetzt, die ursprünglich für die Landesverbände Niedersachsen und Bremen von der Agentur „Serviceplan“ entwickelt wurde. Der VSZV entschied sich damals zur Übernahme der Kampagne und erwarb die entsprechenden Lizenzen an den Werbemitteln. Insgesamt 41 VSZV-Mitgliedsverlage und damit knapp 95 % der VSZV-Gesamtauflage beteiligten sich an dieser Kampagne.

Die teilnehmenden Verlage führten drei Flights à 4 Wochen durch. Kampagnenstart war der 9. Oktober 2017, fortgeführt wurde die Kampagne am 8. Januar sowie am 3. April 2018. Verwendet wurden Motive zum Thema „Fake News“.

In seiner Sitzung am 8. März 2018 beschloss der VSZV-Vorstand, einen Arbeitskreis mit dem Ziel zu gründen, eine Fortführung des verlagsübergreifenden Gattungsmarketings auf VSZV-Ebene zu erreichen. Erfreulicherweise erklärte sich Herr Rainer Wiesner, Südkurier, bereit, den Vorsitz dieses Arbeitskreises zu übernehmen und das Vorhaben einer eigens für den VSZV entwickelten Gattungskampagne voranzutreiben.

In der Folgezeit stellte Herr Wiesner eine kleine, interdisziplinäre Gruppe aus Geschäftsführern, Marketingverantwortlichen und Chefredakteuren zusammen. Zudem erklärte sich Herr Markus Ruppe, ZMG, bereit, das Vorhaben zu unterstützen.

Der Arbeitskreis Gattungsmarketing traf sich im Berichtsjahr am 30. Mai, 14. September, 23. Oktober und 4. Dezember. Mit ausdrücklicher Unterstützung des VSZV-Vorstandes erarbeitete der Arbeitskreis in diesen Sitzungen nicht nur ein Konzept für die Ausrichtung der Kampagne, sondern beauftragte drei ausgewählte Agenturen damit, auf Basis dieser Überlegungen erste Kampagnenansätze zu erarbeiten. In der letzten Sitzung des Jahres stellten die Agenturen die entwickelten Ideen vor. Im Anschluss wählte der Arbeitskreis eine der Agenturen aus, deren Konzept in der Sitzung des VSZV-Vorstandes am 28. März 2019 vorgestellt werden soll. Nach einstimmiger Entscheidung des Vorstandes wird diese Agentur die Konzeption auf der VSZV-Mitgliederversammlung 2019 präsentieren.



# III. RECHT UND SOZIALPOLITIK





# 1. Amts- und Stadtblätter der Kommunen

## 1.1. Verfahrensstand

Auch im Berichtsjahr rissen die Auseinandersetzungen um die Informationsangebote von Kommunen und kommunalen Betrieben, die in Konkurrenz zu den Angeboten der Zeitungsverlage treten, nicht ab. Problematisch sind nach wie vor kommunale redaktionelle Berichterstattung (in Amtsblättern, auf Online-Portalen und in Apps), Anzeigenportale (z. B. Stellenbörsen, Immobilienangebote) sowie Pressemitteilungen. Viele dieser Angebote verstoßen gegen das Gebot der Staatsfreiheit der Presse aus Art. 5 GG, da ihre Inhalte über das hinausgehen, was zur staatlichen Informationsaufgabe gehört.

Die in diesem Zusammenhang aktuellste und für die Branche derzeit wohl relevanteste Entscheidung ist diejenige des Bundesgerichtshofs (BGH) vom 20. Dezember 2018 (Az. I ZR 112/17):

Bereits seit dem Jahr 2015 führte die Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG, Verlag der „Südwest Presse“ in Ulm, ein Verfahren gegen die Große Kreisstadt Crailsheim. Das zuständige Oberlandesgericht (OLG) Stuttgart hatte mit Urteil vom 3. Mai 2017 eine kostenfreie Verteilung einer Ausgabe des Stadtblatts aus dem Jahr 2015 untersagt, weil diese gegen den Grundsatz der Staatsferne der Presse verstoße. Hiergegen legte die Große Kreisstadt Crailsheim Revision vor dem BGH ein. Die Revision wies der Senat jedoch zurück und bestätigte das Urteil des OLG Stuttgart vollumfänglich. Zusammenfassend trifft der Senat im Wesentlichen folgende Aussagen:

- Die Gemeinde hat sich in ihren Publikationen wertender oder meinungsbildender Elemente zu enthalten und sich auf Sachinformationen zu beschränken. Durchweg ist Neutralität zu wahren.
- Neben der Beschränkung auf redaktionelle Themen, die „zum Aufgabenbereich der Gemeinde zählen“, betont der BGH auch die Notwendigkeit des Verzichts kommunaler Medien auf eine presseähnliche Gestaltung. Das Layout einer gemeindlichen Publikation darf nicht einer Tages- oder Wochenzeitung ähneln, sondern muss eindeutig als staatliche Publikation erkennbar sein.
- Schließlich listet der BGH Bereiche auf, in denen die Grenzen zulässiger staatlicher Kommunikation klar überschritten sind, etwa allgemeine Beiträge über ortsansässige Unternehmen oder rein gesellschaftliche Ereignisse etwa aus den Bereichen Sport, Kunst und Musik. Demnach gilt, dass „die pressemäßige

Berichterstattung über das gesellschaftliche Leben in einer Gemeinde ... gerade originäre Aufgabe der lokalen Presse und nicht des Staates ist“.

- Demgegenüber darf „auch in presseähnlicher Form“ über amtliche Mitteilungen, die kommunale Wirtschaftsförderung oder über aktuelle Tätigkeit und künftige Vorhaben der Kommunalverwaltung und des Gemeinderats berichtet werden.
- Es komme außerdem immer auf „eine wertende Betrachtung der Publikation insgesamt“ an. Einzelne unzulässige Artikel allein rechtfertigen noch keinen Unterlassungsanspruch. Dieser sei immer erst dann gegeben, wenn das Amtsblatt im Wege einer Gesamtbetrachtung als Substitut für eine lokale Zeitung anzusehen ist.

In einem Verfahren der Südkurier GmbH gegen die Stadt Villingen-Schwenningen vor dem LG Konstanz wurden verschiedene Artikel, Beiträge und Anzeigen aus unterschiedlichen im Jahr 2016 erschienenen Ausgaben des Amtsblattes Villingen-Schwenningen angegriffen. Mit Urteil vom 11. August 2017 wurde die Veröffentlichung von sieben der sechzehn angegriffenen Artikel untersagt, im Übrigen wurde die Klage zurückgewiesen.

Soweit der Südkurier in der ersten Instanz nicht durchgedrungen ist, wurde in den meisten Fällen Berufung eingelegt – vor allem geht es um die Frage, ob § 23 Abs. 3 GemO BaWü, der den Gemeinderatsfraktionen ein Veröffentlichungsrecht in den Amtsblättern zugesteht, verfassungskonform ist. Die beklagte Stadt Villingen-Schwenningen ist ebenfalls in Berufung gegangen. Das Verfahren vor dem zuständigen OLG Karlsruhe ist noch anhängig. Neben den Fraktionsbeiträgen sind Terminankündigungen von Kirchen und Vereinen Gegenstand der Berufung. Dieses Verfahren ist auch deshalb von großem Interesse, weil die Stadt Villingen-Schwenningen ihr gedrucktes Amtsblatt zu Ende 2018 eingestellt hat und ihre Öffentlichkeitsarbeit nunmehr über das kommunale Onlineportal betreibt.

Ebenso interessant – jedoch weniger erfreulich – ist ein Urteil des Landgerichts (LG) Nürnberg vom 29. März 2018: Der Verlag Nürnberger Presse hatte vor dem LG Nürnberg Klage gegen das Amtsblatt der Gemeinde Veitsbronn erhoben. In diesem Verfahren ging es u. a. darum, wie umfangreich der Anzeigenteil eines Amtsblattes sein darf (bei der beanstandeten Amtsblatt-Ausgabe beträgt der Anzeigenteil knapp 50 %). Das Gericht sah jedoch keine Veranlassung, den Umfang des Anzeigenteils zu begrenzen. Durch die Verteilung des Gemeindeblattes werde kein Gewinn erzielt, vielmehr diene das Anzeigengeschäft der Senkung der Kosten und damit dem öffentlichen Zweck des Gemein-



deblattes, die Bürger über Angelegenheiten der Gemeinde zu informieren. Der Verlag hat hiergegen Berufung eingelegt.

## 1.2. Arbeitsgruppe Amtsblätter

Bereits Ende des Jahres 2016 wurde auf Anregung des VSZV in Baden-Württemberg eine Arbeitsgruppe Amtsblätter ins Leben gerufen, die aus Vertretern von VSZV und Städtetag bestand und sich zum Ziel gesetzt hatte, Leitlinien für die Herausgabe von Amtsblättern im Sinne eines unverbindlichen Kataloges zu erstellen. Von Seiten des VSZV nahmen die Herren Bourauel (Geschäftsführer VSZV), Distelbarth (Verleger und Geschäftsführer der Heilbronner Stimme) und Lutz (Chefredakteur des Südkurier, Konstanz) an den Treffen der Arbeitsgruppe teil.

Bedauerlicherweise konnte sich die Arbeitsgruppe nicht auf gemeinsame Leitlinien verständigen. Insbesondere ein von Herrn Dr. Rath-Glawatz ausgearbeiteter Katalog zulässiger Inhalte kommunaler Amtsblätter sowie eine Positiv-/Negativliste zu zulässigen und unzulässigen Veröffentlichungen einer Gemeinde stieß beim Städtetag auf Ablehnung.

Nach dem positiven Ausgang des o. g. Verfahrens vor dem BGH sollen die Gespräche im Jahr 2019 fortgesetzt und zu einem Abschluss gebracht werden. So die Erwartung des VSZV.

## 2. Werbestopper.de

Vorerst nicht mehr in Erscheinung tritt mittlerweile das Portal „Werbstopper.de“. Die Portalbetreiber wollen dem Vernehmen nach abwarten, bis die vielfältigen Fragen der Durchsetzung von Werbeverboten hinreichend höchststrichterlich geklärt sind.

Zur Erinnerung: Mit dem Werbeslogan „Ab heute bleibt der Kasten Sauber“ und dem ehemaligen Nationaltorhüter Oliver Kahn als Testimonial war im Jahre 2016 das Angebot „werbstopper.de“ online gegangen. Ziel war es, dass sich Verbraucher dort registrieren lassen konnten und damit dokumentierten, dass sie keine Prospekte mehr in den Hausbriefkasten zugestellt bekommen möchten, selbst dann, wenn sie ihren Briefkasten nicht mit einem entsprechenden Werbeverweigerer-Aufkleber versehen hatten.

In Kooperation mit dem Zentralverband der Werbewirtschaft ZAW hatten die Verlegerverbände bereits wettbewerbsrechtliche Schritte gegen die Portalbetreiber vorbereitet. Allerdings hatte bereits die Wettbewerbszentrale den Betreiber des Angebots abgemahnt, da die Werbeversprechen auf dem Portal irreführend seien. Nach Rechtsauffas-

sung der Wettbewerbszentrale wurden Verbraucher deswegen getäuscht, da mit den Werbeaussagen suggeriert werde, dass Verbraucher einen „umfassenden, also ausnahmslosen und damit abschließenden, effektiven Schutz vor Briefkastenwerbung“ erhalten könnten. Dies sei aber nicht der Fall. So versendete der Dienst im „Auftrag“ seiner Mandanten vorformulierte Widersprüche gegen den Werbeversand, die allerdings nach Auffassung der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs rechtlich nicht wirksam waren. Weiterhin wurden dem Dienst Verstöße gegen datenschutzrechtliche Bestimmungen, so hinsichtlich der Weiterleitung der Interessentendaten an ein Schweizer Unternehmen, vorgeworfen.

## 3. Höhe des Mindestlohns für Zeitungszusteller

Seit dem 1. Januar 2018 gilt auch für Zeitungszusteller der gesetzlich geregelte Mindestlohn von 8,84 € brutto pro Stunde. Die Übergangsregelung, die für Zeitungszusteller noch einen reduzierten Mindestlohn vorsah, endete zum 31. Dezember 2017.

Der gesetzliche Mindestlohn stieg zum 1. Januar 2019 auf 9,19 € brutto pro Stunde und wird zum 1. Januar 2020 auf 9,35 € brutto pro Stunde angehoben. Die Anhebung erfolgte auf Vorschlag der Mindestlohnkommission, die regelmäßig alle 2 Jahre über die Anpassung der Höhe des Mindestlohns entscheidet.

## 4. Höhe der Nachtzuschläge für Zeitungszusteller

Am 25. April 2018 (Az. 5 AZR 25/17) urteilte das Bundesarbeitsgericht (BAG), dass eine Zeitungszustellerin, die mehr als zwei Stunden ausschließlich in der Nachtzeit bis 6 Uhr morgens Tageszeitungen zustellte, einen Nachtzuschlag in Höhe von 30 % beanspruchen könne. Dies sei „angemessen“ im Sinne des § 6 Abs. 5 ArbZG.

Dieses Urteil entfaltet zunächst nur Rechtskraft zwischen den am Prozess beteiligten Parteien und gilt damit nicht „automatisch“ auch für alle anderen Zeitungszusteller. Nach Auffassung von BDZV und VSZV spricht gegen eine unmittelbare Umsetzung des Urteils in anderen Zeitungsverlagen insbesondere auch, dass das BAG die Pressefreiheit nicht ausreichend berücksichtigt hat.

Die Angemessenheit von Nachtzuschlägen bestimmt sich vor allem danach, ob der Schutzzweck des § 6 Abs. 5 ArbZG, Nachtarbeit im Interesse der Gesundheit des Arbeitnehmers zu verteuern, greift. Bei unvermeidbarer



Nacharbeit greift der Schutzzweck demgegenüber nicht, sodass grundsätzlich ein geringerer Nachzuschlag als angemessen gilt. Das BAG verlangt bei Dauernacharbeit darüber hinaus, dass „überragende Gründe des Gemeinwohls“ die Nacharbeit zwingend erfordern. Vorliegend sei diese Voraussetzung aber gerade nicht erfüllt.

BDZV und VSZV gehen demgegenüber davon aus, dass das BAG den verfassungsrechtlich wichtigen Aspekt unberücksichtigt gelassen hat, dass der Abonnent den Kauf einer Zeitung davon abhängig macht, dass der die Zeitung am frühen Morgen erhält. Eine aktuelle Abonnementzeitung, die in der Nacht gedruckt wird, muss auch in der Nacht zugestellt werden, damit sie früh morgens gelesen werden kann. Insofern muss die Frage der „Angemessenheit“ verfassungskonform unter Berücksichtigung der jeweils betroffenen Grundrechte wie dem der Pressefreiheit und dessen Vertrieb entschieden werden.

Staatsrechtler Prof. Dr. Christoph Degenhart kommt in einem vom BDZV in Auftrag gegebenen Rechtsgutachten ebenfalls zu dem Ergebnis, dass an den Ausführungen des BAG zur Angemessenheit des Nachzuschlages bei Zeitungszustellern aus verfassungsrechtlicher Sicht nicht festgehalten werden kann.

Verlage, die eine Umsetzung des BAG-Urteils aus o. g. Gründen bislang abgelehnt haben, dürfen sich damit in ihrer Haltung bestätigt fühlen. Die Geltendmachung von individualvertraglichen Ansprüchen bei den zuständigen Arbeitsgerichten bleibt abzuwarten.

## 5. Urheberrecht

### a) Urhebertvertragsrecht – Gemeinsame Vergütungsregeln

Bereits Ende Februar 2017 war die Kündigung der sog. Gemeinsamen Vergütungsregeln Text und Foto durch die betroffenen acht Landesverbände (Text) und 85 Verlage vertragschließenden Verlage (Bild) ausgesprochen worden. Grund hierfür war u. a. die Neuregelung in § 36b UrhG, wonach den Gewerkschaften die Geltendmachung von Unterlassungsansprüchen zugestanden wird, wenn Verlage Bestimmungen verwenden, die zum Nachteil des Urhebers von den Gemeinsamen Vergütungsregeln abweichen.

Es stand also zu befürchten, dass zukünftig jeder Mitgliedsverlag eines an den GVR beteiligten Landesverbandes – auch im Wege einer einstweiligen Verfügung – auf Einhaltung der bestehenden Gemeinsamen Vergütungsregeln Text oder Foto in Anspruch genommen werden kann, auch wenn z. B. neue Geschäftsmodelle Vertragsmodifizierungen erforderlich machen.

Parallel hierzu hatten die Verwerterverbände bereits im Gesetzgebungsverfahren zum neuen Urhebertvertragsrecht (vgl. hierzu die Ausführungen unter Medienpolitik IV. 2.) darauf hingewiesen, dass die gemeinsamen Vergütungsregeln nicht mit den Vorgaben des EU-Kartellrechts vereinbar seien. Die oben genannte Neuregelung in § 36b UrhG führt nach Auffassung von BDZV und VDZ zu einer nach EU-Kartellrecht unzulässigen Bindungswirkung der Gemeinsamen Vergütungsregeln. Diese Auffassung bestätigt ein von

BDZV und anderen Verbänden beauftragtes Gutachten von Prof. Dr. Stefan Thomas, Universität Tübingen.

Aus diesem Grund hat der BDZV gemeinsam mit dem VDZ das Bundeskartellamt hinsichtlich der Frage, ob und inwieweit weitere oder erneute Verhandlungen um den Neuabschluss von Gemeinsamen Vergütungsregeln zu einem möglichen Bußgeldrisiko wegen eines Verstoßes gegen EU-Kartellrecht führen können, mit Schreiben vom 11. Dezember 2017 um eine verbindliche Rechtsauskunft gebeten.

Allerdings hat das Bundeskartellamt diese Frage bis heute nicht abschließend entschieden, sondern lediglich erklärt, von seinem Aufgreifermessen keinen Gebrauch machen zu wollen,

Die Gewerkschaften sahen aufgrund dessen wieder die Möglichkeit, erneut Verhandlungen aufzunehmen. Die Vertreter der Verlegerverbände schätzen dagegen die Risiken der Bußgeldverhängung unverändert kritisch ein.

Dies wurde in einem gemeinsamen Gespräch mit den Vertretern des DJV und ver.di sowie den Vertretern des BDZV und VDZ am 17. Dezember 2018 kontrovers diskutiert. Der Rechtswissenschaftler Prof. Dr. Thomas Höppner, TH Wildau, erläuterte den Beteiligten die beidseitig zu beachtenden rechtlichen Risiken. Zu einer weiteren Entscheidung ist es bisher nicht gekommen, Die Beteiligten sind zum Ende des Berichtsjahres so verblieben, dass durch weitere Anfragen beim Bundesjustizministerium weitere Streitpunkte geklärt werden müssen.

## **b) Urheberrecht in der Wissensgesellschaft**

Am 1. März 2018 trat das bereits am 30. Juni 2017 beschlossene Gesetz zur Angleichung des Urheberrechts an die aktuellen Erfordernisse der Wissensgesellschaft (UrhWissG) In Kraft.

Das Urheberrecht schützt Werke der Literatur, Wissenschaft und Kunst: Die Rechtsordnung gewährt den Urhebern und Werkmittlern Rechte, um die Ergebnisse des kreativen Schaffens zu kontrollieren und zu verwerten. Zugleich bestimmt das Urheberrecht auch die Schranken dieser Rechte: Sie regeln, welche Nutzungshandlungen gesetzlich erlaubt sind, ohne dass es einer Zustimmung des Rechtsinhabers bedarf. Gesetzlich erlaubte Nutzungen sollen insbesondere dafür sorgen, dort Zugang zu geschützten Inhalten zu schaffen, wo vertragliche Systeme aus unterschiedlichsten Gründen keinen ausbalancierten Interessensausgleich zu schaffen vermögen.

Das UrhWissG sollte die Maßgabe des Koalitionsvertrages umsetzen, eine „Bildungs- und Wissenschaftsschranke“ zu schaffen. Er regelt also neu, welche urheberrechtlichen Nutzungshandlungen im Bereich Bildung und Wissenschaft gesetzlich erlaubt sind, ohne dass es einer Zustimmung des Urhebers und sonstiger Rechtsinhaber bedarf.

Das Kernstück des Gesetzes sind insgesamt sechs Schrankenregelungen.

- § 60a UrhG erlaubt es, für den Unterricht und die Lehre an Bildungseinrichtungen (z. B. Schulen und Hochschulen) grundsätzlich bis zu 15 Prozent eines Werkes zu nutzen.
- § 60b UrhG erleichtert die Herstellung von Unterrichts- und Lehrmedien.
- § 60c UrhG gestattet, für die nicht-kommerzielle wissenschaftliche Forschung grundsätzlich bis zu 15 Prozent eines Werkes zu nutzen; für die eigene wissenschaftliche Forschung wird die Vervielfältigung von 75 % eines Werkes erlaubt.
- § 60d UrhG regelt erstmals das sogenannte Text- und Data Mining. Dies ist eine Forschungsmethode, bei der großer Mengen urheberrechtlich geschützter Inhalte (z. B. Texte, Bilder, Tonaufnahmen) automatisiert ausgewertet werden.
- § 60e UrhG enthält verschiedene Erlaubnisse für Bibliotheken. So dürfen sie beispielsweise Werke aus ihrem Bestand zum Zwecke des Erhalts digitalisieren. Geregelt wird auch unter welchen Umständen Bibliotheken Werke an Terminals in ihren Räumen zugänglich machen dürfen und in welchem Umfang sie an diesen Terminals Ausdrücke gestatten dürfen. Ebenfalls geregelt wird der Versand von Kopien durch Bibliotheken.
- § 60f UrhG enthält für Archive, Museen und Bildungseinrichtungen ähnliche Erlaubnisse wie für Bibliotheken.

Auch Zeitungsverlage sind von diesen Schrankenregelungen betroffen: Aus diesem Grunde haben am 30. April/3. Mai 2018 die Bundesländer mit der Presse-Monitor Gesellschaft (<https://www.pressemonitor.de/>) eine Duldungsvereinbarung abgeschlossen, die den Ländern die nicht-ausschließlichen Rechte zur Nutzung von veröffentlichten Pressebeiträgen zur Veranschaulichung des Unterrichts an Schulen zu nichtkommerziellen Zwecken einräumt.

Zur komplexen Diskussion um die EU-Urheberrechts-Richtlinie sei auf das Kapitel Medienpolitik (siehe IV) verwiesen.

## 6. Tarifpolitik

### 6.1 Gehaltstarifvertrag für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen

Der BDZV und die Gewerkschaft Deutscher Journalisten-Verband (DJV) hatten sich in der siebten Verhandlungsrunde am frühen Morgen des 2. Juli 2018 in Hamburg auf einen neuen Gehaltstarifvertrag (GTV) für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen geeinigt. Die dju in ver.di, die ebenfalls an den Verhandlungen teilnahm, hatte sich diesem Ergebnis nicht angeschlossen.

Der neue Gehaltstarifvertrag (GTV) mit dem DJV sieht innerhalb einer 31-monatigen Laufzeit (bis zum 31. Juli 2020) zwei lineare Erhöhungen vor: Rückwirkend zum 1. Mai 2018 wurden die Löhne um 1,9 Prozent erhöht, zum 1. Mai 2019 steigt der Lohn um weitere 2,4 Prozent. Hinzu kommen Einmalzahlungen für alle Redakteure in Höhe von 500 € im August 2018 und 600 € im März 2020. Die Volontäre erhielten zum 1. Mai 2018 eine Gehaltssteigerung in Höhe von 100 €. Zum 1. Mai 2019 erhöhen sich die Gehälter der Volontäre um weitere 2,4 Prozent, im August 2018 erhielten sie eine Einmalzahlung in Höhe von 70 €.

Für Berufseinsteiger (Tarifgruppen 2a und 2b) stieg das Gehalt ab 1. Mai 2018 um 135 €. Dies entspricht einer Erhöhung um 4,15 Prozent.

Der neue Tarifvertrag sieht weiter eine optionale Verknüpfung der Berufsjahresstaffel mit Qualifizierungsmaßnahmen sowie eine Öffnungsklausel zur Entgeltoptimierung vor.

Die lineare Erhöhung ist entsprechend auf arbeitnehmerähnliche freie Journalisten an Tageszeitungen sowie auf Pauschalisten anzuwenden.

Weiter einigten sich BDZV und DJV darauf, einen Tarifvertrag über die Altersversorgung für die Onliner in tarifgebundenen Unternehmen abzuschließen.

Schließlich war man sich einig, den Manteltarifvertrag bis Ende 2020 geschlossen zu lassen.

Der Sozialpolitische Ausschuss (SPA) des BDZV hatte sich in seiner Sitzung am 20. Juli 2018 für die Annahme des Verhandlungsergebnisses ausgesprochen. Dem folgten auch die Landesverbände des BDZV, die das Verhandlungsergebnis innerhalb der Erklärungsfrist billigten.

Die Verhandlungen, die bereits ab dem 30. Januar 2018 geführt wurden, gestalteten sich schwierig. Im Zuge der sieben Verhandlungsrunden war es immer wieder zu Warn-

streikaktionen in den Betrieben gekommen, auch baden-württembergische Mitgliedsverlage waren massiv von diesen Streikaktionen betroffen.

Eine Fortführung der Tarifverhandlungen mit der dju in ver.di kommt für den BDZV derzeit nur auf Basis der mit dem DJV verhandelten Volumina in Betracht. Bis zur Drucklegung dieses Jahresberichts hat eine Wiederaufnahme der Verhandlungen nicht stattgefunden.

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

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. 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.

### 6.3. Tarifverhandlungen für die Angestellten der Zeitungsverlage

#### 6.3.1. Gehaltstarifvertrag für die Angestellten der Zeitungsverlage Baden-Württemberg

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.

Für den Neuabschluss fordert 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, wartet 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 Lohnarbeitsvertrages 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 führen 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. Bis zur 6. Verhandlungsrunde am 30. Januar 2019 konnten sich Arbeitgeber und Gewerkschaft nicht auf ein neues Lohnabkommen einigen. Die Arbeitgeber erneuerten ihr bereits in der 4. Verhandlungsrunde vorgelegtes Angebot, das folgende Eckdaten enthält:

- 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 haben dieses Angebot mit der Forderung nach einem verbindlichen Fahrplan zur Reform des Manteltarifvertrages (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 verweigert sich bisher jeder 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 schließlich ergebnislos beendet. Ein neuer Termin für die Fortsetzung der Tarifverhandlungen wurde nicht anberaumt.

Die Tarifverhandlungen werden von zahlreichen Streikmaßnahmen begleitet. Auch die baden-württembergischen Zeitungsverlage sind mit ihren Druckereien betroffen.

### **6.3.2. Manteltarifvertrag für die Angestellten der Zeitungsverlage Baden-Württemberg**

Der Verband Druck und Medien Baden-Württemberg (dmpi) hat auch den Manteltarifvertrag für die Angestellten in Baden-Württemberg mit Wirkung zum 30. September 2018 gekündigt. Auch hier übernimmt der dmpi regelmäßig die Ergebnisse der Verhandlungen auf Bundesebene.

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.

Am 14. September 2018 wurde im VSZV-Vorstand darüber beraten, ob vor diesem Hintergrund eine Kündigung auch des Manteltarifvertrages für die Angestellten der Zeitungsverlage Baden-Württemberg angezeigt ist. Dieser kann mit einer sechsmonatigen Frist zum Quartalsende gekündigt werden. Der VSZV-Vorstand hielt jedoch eine Kündigung zum jetzigen Zeitpunkt für nicht zielführend. Es gelte, zunächst die Entwicklungen auf Bundesebene abzuwarten.

### **6.4. Änderung der Geschäftsordnung des Solidaritätsfonds**

Der Sozialpolitische Ausschuss des BDZV (SPA) hat sich in seiner Sitzung vom 19. November 2018 darauf verständigt, die Streikgelder für Verlage, die besonders stark von Streikmaßnahmen betroffen sind, um bis zu 50 % anzuheben. Die Geschäftsordnung des Solidaritätsfonds wurde in § 4 Abs. 3 entsprechend angepasst.

Grundlage hierfür bildet der neue sog. „Betroffenheitsausgleich“, der dann gewährt wird, wenn die Dauer, die Intensität und/oder die Auswirkungen von Arbeitskampfmaßnahmen für einen einzelnen Mitgliedsverlag die Betroffenheit anderer Mitgliedsverlage durch Arbeitskampfmaßnahmen des stattfindenden Tarifkonfliktes deutlich überschreitet.

Wann eine deutliche Überschreitung anzunehmen ist, bedarf einer Ermessensentscheidung durch den Sozialpolitischen Ausschuss des BDZV.





# IV. MEDIENPOLITIK









## 1. Medienpolitischer Runder Tisch Medienzukunft Baden-Württemberg

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

### „MEDIENLAND(SCHAFT)“

Neben den öffentlich-rechtlichen Rundfunkangeboten sind es Zeitungen und Zeitschriften, private lokale und landesweite Radio- und Fernsehanbieter, nichtkommerzielle Radios und lokale Onlineangebote, die die reiche baden-württembergische Medienlandschaft ausmachen. Diese Landschaft wollen wir in ihrer Vielfalt erhalten und stärken.

### RUNDER TISCH „MEDIENZUKUNFT BADEN-WÜRTTEMBERG“

Wir möchten Förderangebote ausbauen, die dem Erhalt der Vielfalt, der Anpassung der Geschäftsmodelle an digitale Herausforderungen und der Sicherung der journalistischen Qualität dienen. Um hier geeignete Maßnahmen zu identifizieren, rufen wir unter Einbeziehung von Verlegern, Medienhäusern, Medienschaffenden und Verbänden einen Runden Tisch „Medienzukunft Baden-Württemberg“ ins

Leben. Als Grundlage dazu lassen wir einen Sachstandsbericht zur baden-württembergischen Medienlandschaft erarbeiten.“

Ausgehend vom Koalitionsvertrag sollte allerdings der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht im Fokus des Runden Tisches stehen. Als die Adressaten von potentiellen Förder- und Unterstützungsmaßnahmen sollten nach Ansicht der Koalitionspartner vor allem Privatpersonen oder private Unternehmen in Betracht kommen.

Gedacht war der Runde Tisch als Anhörungsverfahren, in dem zuerst der „Ist-Zustand der baden-württembergischen Medienlandschaft“ ermittelt und danach Maßnahmen zur Fortentwicklung diskutiert werden sollten.

Parallel dazu bestand im Beteiligungsportal der Landesregierung vom 24. April bis 25. Mai 2018 die Möglichkeit, sich an dem Prozess zu beteiligen, z. B. durch Kommentierungen des Sachstandsberichts zur Medienlandschaft Baden-Württemberg und durch Stellungnahmen.

Die Entscheidungen über die Umsetzung von den in den Prozess eingebrachten Ideen, Anregungen und Vorschlägen sollten dann in den Zeiträumen nach Beendigung der Anhörungen an den Runden Tisch anknüpfend die jeweils zuständigen Stellen sein. Dazu sollen dann die betroffenen Fachressorts, wo notwendig, weitere Gespräche mit den Beteiligten führen.

Im Vorfeld der geplanten Anhörungen, die sich auf jeweils 2 Termine in 5 Branchensegmenten „Regional-TV“, „Hör-

funk“, „Presse“, „Social-Media“, „Future Lounge“ gliederten, hatte das Staatsministerium als Grundlage des Runden Tisches wie im Koalitionsvertrag vorgesehen, einen Sachstandsbericht zur Medienlandschaft Baden-Württemberg in Auftrag gegeben. Das Berliner Unternehmen Goldmedia GmbH Strategy Consulting erstellte dann zum April 2018 ein Gutachten auf Sekundärquellenbasis (siehe hierzu unter <https://beteiligungsportal.baden-wuerttemberg.de/mitmachen/lp-16/medienzukunft/>).

Über den „Printmarkt“ war in der Kurzzusammenfassung des Berichtes u. a. folgendes zu lesen:

„Der baden-württembergische Printmarkt ist geprägt durch eine vergleichsweise hohe Dichte an Tageszeitungen. Typisch ist vor allem die „mittelgroße Heimatzeitung mit einer Auflage zwischen 10.000 und 25.000 Exemplaren“. Insgesamt existieren 48 verschiedene Tageszeitungen. Zu dieser Vielfalt im Zeitungsmarkt hat nicht zuletzt die sogenannte Mantelpartnerschaft beigetragen. Bei diesem Kooperationsmodell wird den Lokalzeitungen der Bezug überregionaler Inhalte von größeren Partnern ermöglicht.

Darüber hinaus ist Baden-Württemberg Sitz bundesweit bedeutsamer Fachverlagshäuser wie Springer oder Klett und Medienkonzerne, wie der Holtzbrinck-Gruppe, dem Süddeutschen Verlag und Hubert Burda Media. Insgesamt weist die vielfältige und starke Verlagslandschaft Baden-Württembergs über 500 Buchverlage sowie mehr als 200 Zeitschriftenverlage auf.

Der Printmarkt hat sowohl im Zeitungs- als auch im Zeitschriftensegment deutschlandweit seit Anfang der 2000er Jahre mit Auflagenrückgängen zu kämpfen, davon blieben auch die baden-württembergischen Verlagshäuser nicht verschont, auch wenn die Leserschaft im Land noch vergleichsweise treu ist und der Aufwandschwund unter dem Bundesschnitt liegt. Allein zwischen 2007 und 2016 mussten die Tageszeitungen im Land insgesamt einen Auflagenverlust von rund 13 Prozent hinnehmen. Während die Auflagen sowie die Umsätze im Printsegment der Zeitungen rückläufig sind, nimmt der Umsatzanteil digitaler Angebote rasant zu. Seit 2012 hat sich die E-Paper-Auflage in der Tagespresse im Bundesgebiet versechsfacht, während die Printauflagen knapp 27 Prozent verloren.

Als Reaktion auf die Veränderungen im Kerngeschäft etablieren die Verlage digitale Geschäftsmodelle in Form von (kostenpflichtigen) Online-Angeboten, e-Papers oder mobilen Apps. Diese sind in Baden-Württemberg bereits stark verbreitet. Bislang können

die Verluste im klassischen Geschäft durch die neuen Geschäftsmodelle jedoch nicht aufgefangen werden.“

In einem aufwändigen und schwierigen Abstimmungsverfahren wurden die Teilnehmer zu den Sitzungen bestimmt. Auch der VSZV und dessen Schwesterverband, der Verband Privater Rundfunkanbieter Baden-Württemberg e.V. (VPRA), waren aufgefordert worden, Teilnehmer zu benennen. Zusätzlich wurden nach einem Online-Aufruf zur Interessenbekundung außerdem für jede Sitzung zwei interessierte Bürgerinnen und Bürger eingeladen. Je Einzeltisch waren somit rund 20 Teilnehmerinnen und Teilnehmer vorgesehen.

Gestartet werden sollte der „Runde Tisch“ mit einer Auftaktveranstaltung am 23. April 2018. Allerdings gestaltete sich diese Koordination für den VSZV sehr schwierig, da die Auftaktveranstaltung ausgerechnet zeitgleich mit der gemeinsamen Jahrestagung von VSZV und VBZV in Sonthofen stattfinden sollte. Einer zeitlichen Verlegung des Termins wollte das Staatsministerium nicht zustimmen, sie musste deswegen ohne Vertreter des VSZV stattfinden.

Allerdings beschränkte sich die Veranstaltung im Wesentlichen auf eine Präsentation des vorab zugänglich gemachten Sachstandsberichtes zur Situation der baden-württembergischen Medienlandschaft. Zur Diskussion der Sachfragen sollten die angekündigten Einzeltische dienen. Präsentiert wurde die Veranstaltung durch den Regierungssprecher Rudi Hoogvliet, der dort zum Ausdruck brachte:

„Baden-Württemberg hat eine reiche Medienlandschaft, auf die das Land zu Recht stolz sein kann. Wir sollten es uns bei der guten Ausgangslage in Baden-Württemberg aber nicht nehmen lassen, über weitere Verbesserungen nachzudenken. Unsere Medienvielfalt ist ein wertvolles Gut, das wir erhalten und stärken wollen“ und „Meinungsfreiheit und die Freiheit der Medien sind für die Demokratie von unschätzbarem Wert“.

Im Mai und Juni des Jahres 2018 sind dann unter Beteiligung von VSZV und VPRA folgende Einzeltische abgehalten worden:

### **1. Thema Regional-TV**

Moderation: Alexander Salomon, MdL

1. Sitzung: 18. Mai 2018

2. Sitzung: 21. Juni 2018

### **2. Thema Hörfunk**

Moderation: Dr. Wolfgang Epp, Vorsitzender des Medienrats der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg

1. Sitzung: 9. Mai 2018
2. Sitzung: 18. Juni 2018

### 3. Thema Presse

Moderation: Raimund Haser, MdL

1. Sitzung: 6. Juni 2018
2. Sitzung: 25. Juni 2018

### 4. Thema Social-Media

Moderation: Prof. Dr. Petra Grimm, Hochschule der Medien Stuttgart

1. Sitzung: 14. Mai 2018
2. Sitzung: 4. Juni 2018

### 5. Thema Future Lounge

Moderation: Prof. Dr. Ellen Enkel, Zeppelin Universität

1. Sitzung: 15. Juni 2018
2. Sitzung: 28. Juni 2018

Der VSZV war an den Einzeltischen Presse, Social Media und Future Lounge direkt beteiligt. An dem Einzeltisch „Presse“ nahmen aus dem VSZV-Vorstand die Herren

- Dr. Kurt Sabathil, Schwäbisch Media
- Rainer Wiesner, Südkurier
- Thomas Brackvogel, Neue Pressegesellschaft Ulm
- Stephan Bourauel, Geschäftsführer VSZV

teil.

Am Einzeltisch „Social Media“ das VSZV-Vorstandsmitglied

- Martin Wilhelm, Heidenheimer Zeitung

sowie am Einzeltisch „Future Lounge“ das Vorstandsmitglied

- Dr. Björn Jansen, Mannheimer Morgen

Um die Diskussion besser strukturieren zu können, hatte das Staatsministerium vorab Leitfragen an die Teilnehmer versandt, die als Anregung und gedankliche Stütze dienen sollten. Darin wurden die Handlungsfelder skizziert, in denen künftige Maßnahmen erforderlich sind, Reformbedarf besteht oder Missständen entgegengewirkt werden muss. Folgende Handlungsfelder waren Hauptgegenstand der Sitzung: Finanzielle Unterstützung privater Medienangebote, Standortförderungsfragen, Gestaltung des Rechtsrahmens für private Medienangebote und Ausgestaltung des dualen Rundfunksystems, Kooperationsmöglichkeiten im Mediensektor, Aus- und Fortbildung, auch im Hinblick auf den Erwerb von Medienkompetenz und Infrastrukturförderung.

In den Einzeltischen wurden von den Verbandsvertretern all die branchenrelevanten Fragestellungen sowie medienpolitischen Forderungen vorgebracht, die auch Gegenstand dieses Jahresberichtes mit Schwerpunkten in den Kapiteln III (Digitale Medien) IV (Recht und Sozialpolitik) sowie V (Medienpolitik) sind. Dabei wurde im Besonderen auch das komplexe Thema „Kommunale Amtsblätter“ erläutert.

Zusätzlich richteten die Pressevertreter ihr Augenmerk auf die Wichtigkeit der sachgerechten Vermittlung von Medienkompetenz unter Berücksichtigung der Rolle der Presse als systemrelevante Größe für das Bestehen und Funktionieren einer lebendigen Demokratie. Die Rolle der Zeitungen und des Qualitätsjournalismus müssten in diesem Zusammenhang auch bei der Gestaltung von Bildungsangeboten in Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen von Anfang an berücksichtigt und finanziell gefördert werden. Die Maßnahmen der Verlage wie das Engagement im Zuge der Aktion „Kindermedienland Baden-Württemberg“ und „ZiSCH“ bedürften weiterer finanzieller Unterstützung und Kooperation durch die entsprechenden Träger der jeweiligen Bildungseinrichtungen.

Nach Abschluss der Runden Einzeltische wurde vom Staatsministerium ein Abschlussbericht angefertigt, in welchem der Inhalt der Diskussionen an den fünf Einzeltischen und die Anregungen aus den Beteiligungsverfahren stichwortartig zusammengefasst wurde.

Zum Entwurf des Abschlussberichts konnte auf dem Beteiligungsportal der Landesregierung bis zum 18.12.2018 nochmals Stellung genommen werden. Dabei ging es aber weniger um neue Stellungnahmen zu Einzelsachverhalten, sondern um die Frage der vollständigen Erfassung des Diskussionsstandes an den Runden Tischen.

Mit dem Beginn des Jahres 2019 waren somit die Arbeiten des Runden Tisches als „Bestandsaufnahme zur Situation der Medien in Baden-Württemberg“ abgeschlossen.

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

Es steht nun also unmittelbar die Arbeit in den Fachreferaten der Ministerien zur Umsetzung der aufgeworfenen Sachfragen an. Der VSZV wird sich gemeinsam mit der

Sachkompetenz seiner Mitglieder aktiv in die künftigen Verfahren einbringen.

## 2. Sicherung der Zeitungszustellung

Die Zeitungsverlage sind durch einen signifikanten Strukturwandel im Leser- und Werbemarkt wirtschaftlich erheblich unter Druck geraten. Der Transformationsprozess und die Entwicklung innovativer Angebote sowie neuer Erlösquellen fordern Investitionen, gleichzeitig erfordert der Logistikkbereich ein zuverlässiges, aber kostenintensives Zustellnetz.

All dies hat Auswirkungen auf die flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit vielfältigen meinungsbildenden Inhalten. Die Erlöse sind trotz Maßnahmen zur Kostenreduzierung und Anhebung der Vertriebspreise weiter rückläufig und können die gestiegenen Kosten nicht mehr kompensieren.

Der BDZV und die Landesverbände haben erreicht, dass der Koalitionsvertrag eine spürbare Entlastung der Verlage bei den Zustellkosten vorsieht: Die Rentenversicherungspauschale für geringfügig beschäftigte Zeitungszusteller soll auf 5 Prozent reduziert werden. Diese Maßnahme zeigt zwar Problembewusstsein, greift jedoch im Ergebnis zu kurz. Ziel muss vielmehr sein, eine weitere Reduzierung auch des Beitrags für die Krankenkassen auf 5 % herbeizuführen. Zudem wollen der BDZV und die Landesverbände eine Infrastrukturförderung des Zeitungsvertriebs, orientiert an den verteilten Stückzahlen, erreichen, wie sie auch schon in anderen europäischen Ländern – mit Zustimmung der Europäischen Kommission – stattfindet.

Eine direkte Förderung der Redaktionen lehnen BDZV und die Landesverbände demgegenüber aus Gründen der Unabhängigkeit ab.

Eine Förderung digitaler Geschäftsmodelle würde mit Blick auf die erforderliche kompensatorische Größenordnung allenfalls mittel- und langfristig greifen. Zur Problemlösung bedarf es jedoch zunächst kurzfristiger Maßnahmen.

## 3. Urheberrecht: Leistungsschutzrechte in Deutschland und auf europäischer Ebene: Stärkung des urheberrechtlichen Schutzes für die Presseverleger auf europäischer Ebene (Verlegerrecht)

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 Presseergebnisses.

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

Unter Federführung des für die digitale Wirtschaft zuständigen EU-Kommissars Oettinger hat 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 in die Pflicht zu nehmen, die zu Suchergebnissen zu Online-Artikeln immer die vollständigen Überschriften inklusive ausführlicher Vorschautexte anzuzeigen. 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, würde 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.

Das Verfahren erstreckte sich über das ganze Berichtsjahr 2018. 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 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 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.

Gleichwohl kam es im Vorfeld der Abstimmungen zu erheblichen Protesten. Die öffentliche Debatte konzentrierte sich zum Schluss fast ausschließlich auf zwei Artikel der Richtlinie: Artikel 11 und Artikel 13. Artikel 11 betrifft 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 Textauschnitte und Fotos bezahlen müssen. Nur der Link selbst und die Anzeige weniger Wörter sind davon ausgenommen. Artikel 13 verpflichtet 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 26.3. die endgültige Abstimmung des Europäische Parlament über

die EU-Urheberrechtsrichtlinie. Als letzter Schritt muss nun noch der Rat der EU zustimmen und danach hat die Bundesregierung die Richtlinie sachgerecht umsetzen. 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 zuletzt auch Reutlinger General-Anzeiger, 23.3.2019), dass man die 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“.

Nach der Abstimmung erwarten nun die Verlegerverbände, dass die Bundesregierung die Richtlinie schnell und sachgerecht umsetzt.

#### **4. Das Verhältnis der Presseverlage zu Google**

Mittlerweile sind 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 hatte die EU-Kommission Google schon am 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 EuG 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 EuG 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 sah es die Wettbewerbskommission wiederum als erwiesen an, dass Google seine marktbeherrschende Stellung missbrauchte, indem es Verträge mit Betreibern von Webseiten verhindert hat, dass konkurrierende Werbeunternehmen Anzeigen auf diesen Webseiten vermitteln 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.

Die Verlegerverbände BDZV und VDZ forderten zur Umsetzung der neuerlichen Entscheidung, dass die EU-Kommission nun sicherstelle, dass Google die untersagten Verhaltensweisen auch tatsächlich beendet habe und von vergleichbaren Maßnahmen absehe. Die bisherige Erfahrung habe gezeigt, dass bei der schnellen und effektiven Umsetzung von Entscheidungen noch Verbesserungsbedarf bestehe. So sei die zweite Wettbewerbsentscheidung (die sog. Google Shopping Entscheidung) auch knapp zwei Jahre nach ihrem Erlass immer noch nicht wettbewerbskonform umgesetzt.

BDZV und VDZ haben alle Verfahren von Anfang an aktiv begleitet. Sie gehörten im Jahr 2009 auch zu den ers-

ten 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.

## 5. Plattformneutralität

Die Vielzahl der technologischen Entwicklungen führen dazu, dass Zeitungshäuser heute eine Vielzahl von Auspielkanälen mit unterschiedlichsten Formaten bedienen. Bei der digitalen Verbreitung journalistischer Inhalte über fremde Plattformen haben die Verlage allerdings keine Hoheit mehr über einen Teil der von ihnen genutzten Vertriebswege.

Allerdings sind die Kriterien nach denen Google, Facebook und andere Inhalte und Meinungen sortieren und anzeigen nicht transparent. Diese Plattformen können Inhalte, ganze Medienprodukte und damit Meinungen „auslisten“, verstecken oder auch bevorzugen.

- Eine auf Algorithmen basierende Suchmaschine oder Plattform ist nicht per se politisch oder ökonomisch neutral. Sie führt lediglich das immer wieder gleich aus, wozu sie programmiert wurde. Das kann auch die Bevorzugung oder Benachteiligung einer Partei, einer Idee oder eines Inhaltes sein. Dabei wird ein marktorientierter Anbieter natürlich so arbeiten, dass eine Parteilichkeit nicht sofort klar sichtbar wird.
- Suchmaschinen und Plattformen entscheiden über die Art und Weise der Wahrnehmbarkeit und die Einordnung von kulturellen und meinungsrelevanten Inhalten. Immer größere Anteile der medialen Aufmerksamkeit landen bei den Intermediären und nicht bei den Inhalteproduzenten.
- Ausschlaggebend für den Erfolg eines Angebotes, ist es gefunden zu werden, unabhängig vom Intermediär und der Frage, ob es sich um ein Bezahlangebot handelt. Die prominente Anzeige eines Angebotes entscheidet über den Erfolg. Soweit journalistisch-redaktionelle Angebote betroffen sind, ist neben dem wirtschaftlichen gleichermaßen der publizistische Wettbewerb betroffen.

- Intermediäre mit großer Marktmacht haben auch einen erheblichen Einfluss auf den Werbemarkt. Grund hierfür sind plattformübergreifende Netzwerkeffekte. Marktdominante Plattformen locken mit ihrer enormen Reichweite mehr Inhabereanbieter, dadurch mehr Nutzer und so wiederum mehr Werbekunden an. Dabei spielen auch Daten eine entscheidende Rolle. Da Plattformen für alle Seiten und auf allen Ebenen vermitteln, haben sie den vollständigsten Datensatz, die beste Marktkenntnis und damit einen zentralen Wettbewerbsvorteil im datengetriebenen Online-Werbemarkt.
- Für einen offenen und diskriminierungsfreien Pressevertrieb ist es problematisch, wenn auf dem Markt der für Presseprodukte geeigneten Tablets und Smartphones der Zugang digitaler Ausgaben zu Verkaufsplattformen von weitgehend beliebigen Bedingungen abhängig gemacht wird. Das gilt umso mehr, wenn der Intermediär die redaktionellen Inhalte bewertet, den Verlegern die Abonnentenbeziehung verweigert, oder einen Verkauf der digitalen Ausgaben auch über das offene Internet zu unterbinden versucht.

Die Auffindbarkeit von Inhalten der Zeitungshäuser muss bei marktdominanten Anbietern durch Maßnahmen zur Sicherung der Plattform- und Suchmaschinenneutralität sichergestellt werden. Zudem ist ein effektiv durchsetzbares Verbot der Begünstigung eigener Angebote und der Benachteiligung von Drittangeboten durch marktbeherrschende Plattformen grundlegend für den Erhalt der Presse- und damit der Meinungsvielfalt.

## 6. Datenschutzgrundverordnung

### 6.1. Neuordnung des Datenschutzrechts

Nach etwa vierjährigen Verhandlungen hatte der Europäische Rat und das Europäische Parlament bereits im Frühjahr 2016 die EU-Datenschutz-Grundverordnung verabschiedet. Sie sollte das Datenschutzrecht in Europa harmonisieren und modernisieren und wurde zum 25. Mai 2018 gleichzeitig mit den Regeln des neuen Bundesdatenschutzgesetzes vollumfänglich wirksam.

Grundlage des Datenschutzrechts sollte dabei das informationelle Selbstbestimmungsrecht des Einzelnen bleiben. Beibehalten wurde das sog. Verbotsprinzip, nach dem jede Datenverarbeitung, die nicht durch eine Einwilligung legitimiert ist, einer gesetzlichen Erlaubnis bedarf. Damit verbunden verblieb auch künftig die Darlegungslast für die Notwendigkeit eines Eingriffs in das Recht auf informatio-

nelle Selbstbestimmung bei demjenigen, der diesen Eingriff vornehmen will.

Die DS GVO brachte vor allem erheblichen Aufwand bei der Dokumentation der Datenverarbeitung mit sich. Im Grunde bezweckt der Gesetzgeber mit den umzusetzenden Änderungen eine Schärfung des Bewusstseins für die Wichtigkeit datenschutzrechtlicher Fragen und die Verstärkung der Beachtung des Datenschutzes in der betrieblichen Praxis. Dieses Vorhaben setzte er mit erhöhten Dokumentations- und Nachweispflichten um.

Neben Änderungen bei Einwilligungen, Erlaubnisgrundlagen oder Bußgeldern, liegt der Schwerpunkt der Änderungen vor allem auf den Rechenschaftspflichten (auch bezeichnet als „Accountability“). Das bedeutete, dass man jederzeit Nachweis über seine Datenverarbeitungsprozesse führen muss und belegen kann, dass deren Zwecke, Art und Umfang und risikomindernde Maßnahmen wie „Privacy by Design“ dokumentiert und die Zulässigkeit geprüft worden sind.

Die DS GVO betrifft nicht nur Unternehmen, die in der EU sitzen. Betroffen sind Unternehmen aus sogenannten „Drittstaaten“ außerhalb der EU, die Daten der EU-Bürger verarbeiten. Damit wurden vor allem auch US-Anbieter wie Google oder Facebook der DS GVO untergeordnet.

Von großer Wichtigkeit ist die drastische Erhöhung des Bußgeldrahmens von auf bis zu 20 Millionen Euro.

Zwar sollte sich der erhöhte Bußgeldrahmen vor allem an Großunternehmen richten, bei denen zum Beispiel die maximalen deutschen Bußgeldgrenzen von 50.000 € (im Telemediengesetz, TMG) und 300.000 € (im BDSG) bisher kaum Abschreckung entfalteteten. Nunmehr können Bußgelder bis zu 10 Mio. Euro oder im Fall eines Unternehmens bis zu zwei Prozent seines weltweiten Jahresumsatzes bzw. in schweren Fällen bis zu 20 Millionen Euro, respektive vier Prozent des Jahresumsatzes betragen. Allerdings ist zu erwarten, dass das mittelbar auch auf kleinere und mittlere Unternehmen treffen wird. Die ersten empfindlichen Bußgelder wurden bereits verhängt.

Die DS GVO enthält auch sogenannte „Öffnungsklauseln“, die zum Beispiel im Hinblick auf den Beschäftigtendatenschutz, Datenschutzbeauftragte oder Videoüberwachung nationale Regelungen erlauben.

Die DS GVO erhöhte weiterhin die rechtlichen Hürden zur Einholung einer Einwilligung, verpflichtet zusätzlich zur Datenportabilität und stellt darüber hinaus klar, dass pseudonyme Cookies und IP-Adressen als „Online-Kennungen“ personenbezogene Daten sind.



Andererseits bietet die DS GVO aber auch in bestimmten Bereichen Erleichterung. So wird auch der freie Verkehr von Daten in der europäischen Union und somit auch das wirtschaftliche Interessen von Unternehmen in Art. 1 Absatz der DS GVO ausdrücklich erwähnt.

Damit bildete die Abwägung zwischen berechtigten (wirtschaftlichen) Interessen und dem Schutz der Daten betroffener Personen einen Dreh- und Angelpunkt der gesetzlich erlaubten Datenverarbeitung.

Gleichwohl: der administrative Aufwand für die betroffenen Verlagsunternehmen ist immens. Der VSZV hat aus diesem Grunde eine Arbeitsgemeinschaft DS GVO gegründet, in der ständig ca. 15 Vertreter aus Mitgliedsunternehmen aktuelle Fragestellungen 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.

## 6.2 Umsetzung des Medienprivilegs

Für die Medienunternehmen kommt unter dem Gesichtspunkt des Art. 85 DS GVO noch ein weiterer wichtiger Aspekt hinzu. Unter Berücksichtigung der besonderen verfassungsrechtlichen Stellung der Presse galt bisher das sog. Medienprivileg.

Das bisherige Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) nimmt im sog. Medienprivileg die ausschließlich journalistisch-redaktionelle und literarische Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten weitgehend von den ansonsten einzuhaltenden Datenschutzbestimmungen aus. Stattdessen soll durch eine Selbstregulierung des Deutschen Presserates der Datenschutz bei der journalistisch-redaktionellen Arbeit sichergestellt werden. Dadurch entfällt die Notwendigkeit für den Gesetzgeber, den Datenschutz im Pressebereich zu reglementieren und zu kontrollieren. Der Deutsche Presserat hat in seinem Pressekodex Regeln zum Umgang mit personenbezogenen Daten aufgestellt. Diese Regelungen sind im Rahmen der Selbstkontrolle für die angeschlossenen Medienunternehmen bindend. Zum einen müssen die Redaktionen durch technische und organisatorische Vorkehrungen die Vertraulichkeit, Verfügbarkeit und Unverfälschbarkeit der Daten gewährleisten. Auf die Regelungen des BDSG wird in den jeweiligen **Landespressegesetzen** verwiesen. Zum anderen ist bei der Veröffentlichung personenbezogener Informationen das Persönlichkeitsrecht der Betroffenen zu wahren. Hierzu wurde der Pressekodex bereits schon früher um einige Datenschutzaspekte ergänzt.

In diesem Zusammenhang haben die Verbände in besonderem Maße ihr Augenmerk darauf gerichtet, dass das

Medienprivileg mit Wirksamwerden der neuen DS GVO angemessen umgesetzt wird.

Bereits am 11. Oktober 2017 waren der VSZV nebst seinem Schwesterverband VPRO und dem Südwestdeutschen Zeitschriftenverlegerverband zu einer Anhörung im Staatsministerium geladen und haben ihre Forderungen vorgebracht.

Da das neue Bundesdatenschutzgesetz aus Kompetenzgründen keine Regelung mehr zum Medienprivileg enthält (bisher § 41 BDSG), musste das Landespressegesetz entsprechend geändert werden. Bereits Ende November 2017 erhielten die Verbände den Entwurf des Staatsministeriums zur Umsetzung des Medienprivilegs im Landespressegesetz und im Landesmediengesetz. Erfreulicherweise ließ sich schon dort erkennen, dass der Gesetzgeber, was die Umsetzung des Medienprivilegs in das Landespressegesetz anging, zumindest in der ersten Entwurfsfassung den Bedenken der Presseverbände hinreichend Sog getragen hat und in einem komplexen Regelungsgefüge durch Ausnahmen von den entsprechenden Vorschriften der DS GVO den Kern des Medienprivilegs in das Zeitalter der Geltung der des neuen europäischen Datenschutzrechts hinübergerettet hat. Im Kern soll es dabei bleiben, dass im Bereich des redaktionellen Datenschutzes zuerst einmal das Datengeheimnis und die Datensicherheit zu gewährleisten sind und das Instrument der freiwilligen Selbstkontrolle des Datenschutzes durch den Presserat unangetastet bleibt, die Redaktionen also auch den aufsichtsrechtlichen Zugriffsinstrumentarien der zuständigen Landesoberbehörde nicht unterzogen sind. Der Zuständigkeit des Presserats unterliegen im Übrigen auch die journalistisch-redaktionellen Angebote.

Allerdings ist schlussendlich eine Erweiterung von Verpflichtungen im neuen § 12 Abs. 3 Landespressegesetz hinzugekommen: „Sollte die journalistische oder literarische Verarbeitung personenbezogener Daten zur Verbreitung von Gegendarstellungen der betroffenen Person oder zu Verpflichtungserklärungen, Beschlüssen oder Urteilen über die Unterlassung der Verbreitung oder über den Widerruf des Inhalts der Daten führen, so sind diese Gegendarstellungen, Verpflichtungserklärungen und Widerrufe zu den gespeicherten Daten zu nehmen und dort für dieselbe Zeitdauer aufzubewahren wie die Daten selbst, sowie bei einer Übermittlung der Daten gemeinsam mit diesen zu übermitteln.“

Diese Regelung war nun neu in das LPresseG eingefügt worden. Sie war in ähnlicher Form schon in den rundfunkstaatsvertraglichen Regeln enthalten. Der Gesetzgeber argumentierte, dass ohne eine solche Regelung das Recht auf informelle Selbstbestimmung im Bereich des Presse-

privileges wesentlich beeinträchtigt wird, weil die in der DS GVO formulierten Berichtigungs- und Lösungsansprüche gerade nicht gelten sollen.

Erwartungsgemäß nehmen die jeweiligen Landesbeauftragten für den Datenschutz in diesem Zusammenhang eine wesentlich strengere Haltung ein. Sie plädieren für eine Übernahme der viel strengeren Vorschriften des Rundfunkreglements im Rundfunkstaatsvertrag auch in den Wirkungsbereich des Landespressegesetzes. Vor allem heben Sie nach wie vor darauf ab, dass Auskunfts- und Aufsichtspflichten nicht in europarechtskonformer Weise umgesetzt würden. Wenn eine freiwillige Selbstkontrolle der Pressemedien durch den Presserat zugelassen würde, müsse sich auch dieser im Bereich des Redaktionsdatenschutzes einer staatlichen Aufsicht unterwerfen. Mindestens sei es erforderlich, einen Beauftragten für den redaktionellen Datenschutz zu bestellen, so wie dies im künftigen Landesmediengesetz für Rundfunkveranstalter angedacht oder auch im Rundfunkstaatsvertrag vorgesehen ist.

Die Verlegerverbände haben gemeinsam mit den Journalistenverbänden am 18. Januar 2018 eine Stellungnahme abgegeben. Das Gesetzgebungsverfahren ist dann in Baden-Württemberg zum 24. April 2018 abgeschlossen worden. Erfreulicherweise ist der von den Verlegerverbänden durch ausführliche Stellungnahmen kommentierte Entwurf im Gesetzgebungsverfahren nicht mehr geändert worden.

## 7. E-Privacy-Verordnung

Ergänzt werden die Regelungen der DS GVO durch die Bestimmungen der E-Privacy-Verordnung. Bei der Diskussion über die E-Privacy-Verordnung geht es um nicht weniger als um die Zukunftschancen deutscher Unternehmen auf den digitalen Märkten.

Die neue E-Privacy Verordnung soll die E-Privacy-Richtlinie von 2002 ersetzen. Die Verordnung dient dem Schutz personenbezogener Daten im Bereich der elektronischen Kommunikation. Sie enthält weitreichende Regelungsvorschläge zum Datenschutz – vor allem zur Onlinewerbung.

Das Thema E-Privacy-Verordnung wird, seitdem das Europäische Parlament bereits am 26. Oktober 2017 seinen Bericht verabschiedete, noch immer auf Ratsebene behandelt. Eine Einigung auf eine allgemeine Ausrichtung des Rates ist bisher immer noch nicht in Sicht. Diese war in Anbetracht der schleppend vorangehenden Verhandlungen zum Ende des Berichtsjahres 2018 nicht zu leisten. Die österreichische Ratspräsidentschaft (bis Dezember 2018) stand unter einem immensen Druck seitens der

EU-Kommission und einiger Mitgliedstaaten, die auf einen Beginn des informellen Trilogs zwischen EU-Kommission, Parlament und Rat noch vor der rumänischen Ratspräsidentschaft (ab Januar 2019) gedrängt hatten.

Die Mitgliedstaaten im Rat sind noch immer gespalten und sich noch uneins. Errungenschaften im letzten Kompromissvorschlag während der österreichischen Ratspräsidentschaft zum Verordnungsentwurf sind u. a. die Streichung des Art. 10 (verpflichtende Browservoreinstellungen) und die Einführung einer gesetzlichen Grundlage für Datenverarbeitung für Reichweitenmessungen in Art. 8.

Problematisch und aus Sicht der Verlegerverbände nicht zufriedenstellend sind weiterhin die Regelungen zur Freiwilligkeit der Einwilligung in Art. 9, die die Dienstanbieter dazu verpflichten würde den Zugriff auf ihre Websites auch ohne Einwilligung zur Datenverarbeitung anzubieten (sog. Koppelungsverbot), und zur Telefonwerbung in Art. 16.

Die Verlegerverbände weisen in diesem Zusammenhang auf folgendes hin:

- Erforderlich ist eine klare Regelung, die die Möglichkeit für Websites sicherstellt, Nutzereinwilligungen in einer einfachen und praktikablen Art und Weise anzufragen und erhalten zu können, ohne dass die Nutzbarkeit der Site spürbar beeinträchtigt wird. Dies gilt auch für die Absicherung der Ausnahme für Reichweitenmessungen. Diese darf nicht durch willkürliche Browsereinstellungen gefährdet werden.
- Presseunternehmen sollte es freistehen, den Zugriff auf ihre Inhalte von einer Einwilligung zur Datenverarbeitung, beispielsweise für Messungen oder Werbezwecke abhängig machen zu können.
- Ein Koppelungsverbot dagegen würde die Presseverlage im Ergebnis dazu zwingen, ihre Inhalte ohne Einwilligung anzubieten, was die digitalen Geschäftsmodelle der Presse massiv schädigen würde.
- Die Presseverleger sind weiterhin auf einheitliche Regelungen mit entsprechenden Bezügen zur DS-GVO angewiesen. Es fehlen praktikable gesetzliche Grundlagen, die notwendige Datenverarbeitungen für folgende Zwecke gestattet, und die gerade keinen Eingriff in die Privatsphäre der Nutzer darstellen: Ad-Block-Detection, Messungen zwecks Anpassung des Angebots, Reichweitenmessung, Datenerhebung für „metered models“ oder andere Paid-Content-Modelle, Datenspeicherung für den Zweck der Betrugsprävention und der Sicherung der Integrität der Dienste.

- Datenverarbeitung für legitime Zwecke wie Werbung muss jedenfalls bei Information über die Zwecke, Wahlmöglichkeit („Opt-Out“) und angemessenen Sicherungen wie etwa Pseudonymisierung auch für Internetangebote möglich sein.
- Die Beschränkung der Datenverarbeitung ist, anders als teilweise behauptet, kein Wettbewerbsvorteil. Sie ist im Gegenteil gefährlich für die digitale Zukunft Deutschlands und Europas. Mit ihr wird das bestehende wettbewerbliche Ungleichgewicht zugunsten marktdominanter Internet-Großunternehmen noch weiter verschärft. Diese erhalten durch ihre Log-In-Modelle die notwendigen Einwilligungen ihrer unzähligen Nutzer zur Datenverarbeitung praktisch automatisch und können infolge dessen Daten wesentlich umfangreicher auswerten und nutzen als kleinere und mittlere Unternehmen. Dies verstärke ihre Marktmacht zulasten der vielfältigen nationalen Internetwirtschaft.

## 8. Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks/der Telemedienkompromiss

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

### Tagesschau App

Anlass des gesamten Verfahrens war eine gemeinsame Klage, die acht Zeitungsverlage bereits 2011 bei der Wettbewerbskammer des Landgerichts Köln gegen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ARD und NDR eingereicht hatten. Sie wehrten sich damit gegen die textdominante Berichterstattung in der Tagesschau-App ohne jeglichen Sendungsbezug. Die Kläger geben unter anderem folgende Tageszeitungen heraus: „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Süddeutsche Zeitung“, „Die Welt“, „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“, „Kölner Stadt-Anzeiger“, „Rheinische Post“, „Ruhr Nachrichten“ und „Flensburger Tageblatt“.

Das komplizierte Verfahren zog sich über Jahre hin. Nach der Berufungsentscheidung des OLG Köln im Dezember 2013 hatte der Bundesgerichtshof (BGH) im April 2015 dieses Urteil aufgehoben und die Sache zur neuerlichen Verhandlung und Entscheidung an das OLG zurückverwiesen. Der BGH hatte die Bindungswirkung der Entscheidung des Rundfunkrates verneint und dem Oberlandesgericht Köln sodann aufgegeben, selbst zu überprüfen, ob das Angebot der App „presseähnlich“ sei. Dabei dürfe, so der Bundes-

gerichtshof, das Angebot der App nicht durch „stehende“ Texte und Bilder geprägt sein, sondern müsse den Schwerpunkt in einer hörfunk- oder fernsehähnlichen Gestaltung haben.

Das Köln OLG hatte zwar bereits in der im Dezember 2013 ergangenen Entscheidung durchaus anerkannt, dass das umstrittene ARD-Angebot tagesschau.de tendenziell als presseähnlich einzuordnen sei, aber letztendlich gegen die Zeitungsverleger entschieden und im Kern darauf abgestellt, dass mit der Genehmigung des Konzepts für tagesschau.de durch die Gremien des NDR auch die streitige Umsetzung des Angebots Tagesschau-App legalisiert sei. Die Zeitungsverleger ihrerseits hatten dagegen ins Feld geführt, dass unter diesen Vorzeichen Entscheidungen der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten auf dem Gebiet der Telemedien nicht mehr durch Wettbewerbsgerichte überprüfbar und somit quasi „wettbewerbsrechtlich tabu“ seien.

Am 30. September 2016 hatte dann das OLG Köln nun die Überprüfung des Angebots unter Beachtung der Rechtsauffassung des BGH vorgenommen. Das OLG hat dabei die Gesamtheit der nichtsendungsbezogenen Inhalte bewertet. Insgesamt stünden Texte und Standbilder bei der Gestaltung im Vordergrund. Dies sei nach den Vorgaben des Bundesgerichtshofs als presseähnlich zu qualifizieren. Es hatte gegen die Entscheidung die Revision nicht zugelassen. Allerdings hat der für das Angebot zuständige NDR Ende Oktober 2016 Nichtzulassungsbeschwerde gegen das Urteil beim BGH eingelegt.

Mit Entscheidung vom 14. Dezember 2017 hat der Bundesgerichtshof dann die Revision zu dem Urteil des OLG Köln gegen die Tagesschau-App endgültig nicht zugelassen. Es wurde daher rechtskräftig, so klargestellt wurde, dass die ARD zum Schaden freifinanzierter journalistischer Angebote gegen Recht und Gesetz gehandelt hat. Die ARD musste nun sich deswegen im Hinblick auf die Presseähnlichkeit öffentlich-rechtlicher Online-Angebote strikt an die Vorgaben des Rundfunkstaatsvertrags halten.

Der NDR legte am 22. Januar 2018 beim Bundesverfassungsgericht Beschwerde gegen das Urteil des Oberlandesgerichts (OLG) Köln zur Tagesschau-App ein. Er will überprüfen lassen, ob das Verbot einer gesamten Ausgabe der tagesschau-App vom 15. Juni 2011 rechtmäßig ist.

### Der Telemedienkompromiss

Nach jahrelangen Auseinandersetzungen über die Gestaltung der öffentlich-rechtlichen Telemedienangebote kam im Jahre 2018 nun Bewegung in die Diskussion um die Neubestimmung des Telemedienauftrags des öffentlich-

rechtlichen Rundfunks und die entsprechende Neufassung des § 11 d Rundfunkstaatsvertrag.

Schon im Jahre 2017, in einer Vielzahl von persönlichen Kontakten zu Ministerpräsident Kretschmann und den zuständigen Stabsstellen des Staatsministeriums, ab Juli des Jahres 2017 noch in 5 weiteren Stellungnahmen, hat der Verband die komplexe Situation zu verdeutlichen versucht und um Verständnis für die Position der Zeitungsverleger gebeten: Die Etablierung von digitalen Bezahlangeboten ist für die privaten Presseunternehmen überlebensnotwendig. Ohne erfolgreiche digitale Angebote wird es keine Presse mehr geben. Die unzähligen kostenlosen öffentlich-rechtlichen Textangebote gefährden die wirtschaftliche Existenzgrundlage der privaten Presse. Eine gebührenfinanzierte digitale Presse ist von der Rundfunkfreiheit und vom Grundversorgungsauftrag der Rundfunkanstalten nicht mehr gedeckt. Die Novellierung des Telemedienauftrags im Rundfunkstaatsvertrag sollte dazu genutzt werden, den verfassungsrechtlich garantierten Schutz der Presse sicherzustellen.

Im Jahre 2018 wurden die Bemühungen von BDZV und VSZV durch weitere Stellungnahmen fortgesetzt: Am 8. und 23. Januar, am 21. Februar sowie am 1. März 2018 wandte sich der VSZV an die zuständigen Vertreter der baden-württembergischen Medienpolitik und unterbreitete einen in den BDZV-Gremien abgestimmten eigenen Formulierungsvorschlag zur Ergänzung von §11 d RfStV, der ohne weiteres einen Ausgleich der Interessen der beiden Lager ermöglicht hätte:

„<sup>1</sup>Telemedienangebote dürfen nicht presseähnlich sein.

<sup>2</sup>Telemedienangebote sind presseähnlich, wenn sie im Schwerpunkt Text enthalten.

<sup>3</sup>Telemedien sind nicht presseähnlich, soweit sie ihren Schwerpunkt durchgängig in einer hörfunk- oder fernsehähnlichen Gestaltung oder einer entsprechenden Kombination haben.

<sup>4</sup>Angebotsübersichten, Sendungstranskripte, Informationen über die jeweilige Rundfunkanstalt und Maßnahmen zum Zweck der Barrierefreiheit gelten als nicht presseähnlich.“

Allerdings gab es noch im Februar des Berichtsjahres einen weiteren irritierenden Textvorschlag der Rundfunkreferenten zum Telemedienauftrag, der die Position der Verlage nicht signifikant verbessert hätte. Statt die existierende Textlastigkeit in den digitalen Telemedienangeboten der öffentlich-rechtlichen Sender zu begrenzen, sollten danach ARD und ZDF künftig sogar sehr viel mehr und deutlich hervorgehobenere Textbeiträge veröffentlichen. Dies hätte im Gegensatz zur bisherigen, höchstrichterlich

festgestellten Rechtslage eine signifikante Verschlechterung der Chancen deutscher Tageszeitungen bedeutet, um journalistisch-redaktionelle Bezahlangebote der Verlage im Netz zu etablieren.

Der VSZV appellierte deswegen am 1. März 2018 an die baden-württembergische Landesregierung, einem solchen Text nicht zuzustimmen.

Am 14. Juni 2018, anlässlich der Konferenz der Ministerpräsidenten, jedoch trat eine Wende ein. Die Ministerpräsidentenkonferenz hat 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 soll eine klare Fokussierung auf Bewegtbild und Ton erfolgen, also auf die klassischen Elemente des Rundfunks. Auch bei sendungsbezogenen Angeboten – und das ist neu – soll nun eine Einbindung von Bewegtbild oder Ton erfolgen; hier waren die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bislang weitgehend frei. Neu ist auch die Einrichtung einer Schlichtungsstelle, die paritätisch besetzt werden soll; Klageverfahren sind damit jedoch auch in Zukunft nicht ausgeschlossen.

Unmittelbar nach der Ministerpräsidentenkonferenz am 14. Juni, auf der die Neuregelung beschlossen wurde, gab es eine gemeinsame Pressekonferenz der in dieser Sache federführenden Ministerpräsidenten, Frau Malu Dreyer (Rheinland Pfalz) und Herrn Reiner Hasselhoff (Sachsen-Anhalt), dem BDZV-Präsidenten Dr. Mathias Döpfner, dem ARD-Intendanten Ulrich-Wilhelm, dem ZDF-Intendanten Thomas Bellut und dem DLF-Intendanten Stefan Raue.

„Die jahrelange Debatte hat sich gelohnt. Mit der Einigung ist eine gute Voraussetzung geschaffen worden, um das duale Mediensystem in Deutschland zu stabilisieren. Es gibt heute nur Gewinner“, sagte **Dr. Mathias Döpfner**, Präsident des BDZV.

BDZV-Vizepräsident **Valdo Lehari jr.** hob die Bedeutung des Kompromisses für die vielen kleinen und mittleren Zeitungsverlage in Deutschland hervor: „Es ist gerade auch für die kleineren und mittleren Zeitungshäuser wichtig, dass ihre Märkte nicht unnötig durch presseähnliche öffentlich-rechtliche Angebote herausgefordert und sie nicht durch langwierige Gerichtsprozesse belastet werden.“ Lehari jr. lobte die konstruktive und vertrauensvolle Gesprächsatmosphäre der letzten Monate: „Natürlich bleibt der Wettbewerb und eine Menge an zu lösender Aufgaben, aber die neuen Regelungen und das neu gewachsene Vertrauen werden sicherlich helfen, zukünftig wieder verstärkt das Gemeinsame in Verantwortung für die Gesellschaft zu betonen.“

## Weitere Kooperationsmöglichkeiten zwischen öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern und Zeitungsverlagen?

Aktuell werden verstärkt Kooperationsmöglichkeiten zwischen Rundfunkanstalten und Verlagen geprüft. Ulrich Wilhelm, seit Januar 2018 Vorsitzender der ARD, wirbt sowohl im In- als auch im Ausland für eine Plattform aller Contentanbieter auf europäischer Ebene. Nach den Vorstellungen Wilhelms sollen sich daran sowohl die öffentlich-rechtlichen Anbieter als auch die privatrechtlich organisierten Verlage, die privaten Rundfunkanbieter sowie Institutionen aus Wissenschaft und Kultur beteiligen. Seine Vorstellung ist, dass durch ein Gegengewicht zu den großen amerikanischen Anbietern die Datenhoheit wieder ein Stück zurückgewonnen werden kann und die europäischen Werte gewahrt werden.

Bis dies soweit wäre sind allerdings erhebliche Hürden aus dem Weg zu räumen. Neben kartellrechtlichen Fragen müssen Verlage, die ja nicht beitragsfinanziert sind, auch auf Rentabilitäts Gesichtspunkte achten. Sie brauchen ein Geschäftsmodell. Werbung auf einer solchen „gemischten Contentplattform“, also von öffentlich-rechtlichem Rundfunk und Privaten, unterläge aber rundfunkstaatsvertraglichen Bedenken, da die öffentlich-rechtlichen Veranstalter in den Bereichen ihres Telemedienangebots Werbeverbote unterliegen. Man könnte überlegen, ob ein lizenzierter, aber kostengünstiger Erwerb von Videoinhalten der öffentlich-rechtlichen Sender, die die Verlage dann auf ihre Portale stellen, eine Option ist. Als Betreiber einer solchen Plattform könnte nach dem österreichischen Vorbild der APA – die dpa fungieren, wo beide Seiten, die ARD ebenso wie die Verlage, organisiert sind. Auch ein solches Verwertungsmodell erscheint aber nur zielführend, wenn die Verlage diese Videos auch vermarkten können, dies setzt allerdings voraus, dass diese nicht „gebrandet“ sind.

Unter dem Dach des BDZV hat sich eine Arbeitsgruppe gebildet, die sich mit diesen Fragen auseinandersetzt.

## 9. Medienstaatsvertrag

Die vielfältigen Fragen um den Entwurf eines sog. Medienstaatsvertrages nahmen in der medienpolitischen Diskussion des Jahres 2018 breiten Raum ein. Der Medienstaatsvertrag soll zukünftig einmal an die Stelle des bisherigen Rundfunkstaatsvertrages treten. Im Medienstaatsvertrag geht es um so wichtige Themen wie der 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.

Die Rundfunkkommission der Länder hatte im Sommer 2018 einen 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 im November des Berichtsjahres der Rundfunkreferenten der Länder mit Branchenvertretern, zu dem auch unser Bundesverband, der BDZV, eingeladen war und in dem viele Einzelfragen kontrovers beleuchtet wurden.

Die Zeitungsverleger halten eine Regulierung für Plattformen und Intermediäre für durchaus notwendig, allerdings unter Beachtung des Gesichtspunktes, dass es nicht zu einer Regulierung der freien Presse kommen darf. Vielmehr muss auch im offenen Internet der verfassungsrechtliche Grundsatz der freien Presse gelten.

Die Regulierung von Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Medienintermediären im offenen Internet muss der Plattformvielfalt Rechnung tragen und durch quantitative Schwellen auf solche Plattformen begrenzt werden, bei denen mit einer gewissen Plausibilität von einer wirklichen Gefahr für eine freie Medienvielfalt und Meinungsbildung ausgegangen werden kann. Reguliert werden sollen also nur die großen, marktdominanten Plattformen. Hierzu müssen dringend geeignete quantitative Schwellenwerte gefunden werden, bspw. ein bestimmter Marktanteil.

Würden nun, wie im bisherigen Entwurf vorgesehen, Plattformen unabhängig von ihrer Größe und Relevanz reguliert werden, könnte die Gefahr entstehen, dass auch die Angebote der digitalen Presse künftig der Rundfunkregulierung unterliegen, sofern sie neben Text auch Audio und Bewegtbild enthielten und diese Inhalte zu einem Gesamtangebot bündeln.

Besser wäre es, große Plattformen darauf zu verpflichten, allen journalistisch-redaktionellen Medien einen diskriminierungsfreien Zugang und eine diskriminierungsfreie Auffindbarkeit zu gewähren und alle Medien auf einer Plattform nicht zu behindern und fair zu behandeln.

Keinesfalls darf es aber gesetzliche Vorgaben zur bevorzugten Sichtbarkeit oder Auffindbarkeit bestimmter Medien wie bspw. des öffentlich-rechtlichen Rundfunks oder seiner Telemedien geben. Programmpresse ist auch in Gestalt elektronischer Programmführer selbst grundrechtlich durch Art. 5 GG geschützt. Ihre redaktionelle Freiheit zur Platzierung und Bewertung von Programmen und Sendungen darf durch eine Regulierung von Plattformen oder Intermediären im offenen Internet auch dann nicht beschränkt werden, wenn aus dem Programmführer heraus das jeweilige Programm durch einen Klick (und nicht zwei oder drei Klicks oder sonstige Handlungen) erreichbar ist.

Tendenzplattformen, die aus politischer, weltanschaulicher, religiöser oder anderweitiger Überzeugung bestimmte Medien Dritter anbieten oder von ihrer Plattform ausschließen, müssen zulässig bleiben.

Aus Sicht der Zeitungsverleger ist es enttäuschend, dass der bisherige Entwurf keinen Vorschlag zum Schutz der Integrität digitaler Presseprodukte und der in ihnen enthaltenen Werbung enthält, die zur Refinanzierung der digitalen Presseangebote zwingend erforderlich ist. Schon im Juni des Jahres 2016 hatte die Bund-Länderkommission zur Medienkonvergenz die Prüfung entsprechender gesetzlicher Regelungen angemahnt. Das könnten nach Überlegungen dieser Kommission im Sinne eines Integritätsschutz, angelehnt an den Gedanken des „Signalschutzes im Rundfunkrecht“ erfolgen. Bislang hatte der Gesetzgeber darauf verwiesen, dass noch nicht höchstrichterlich geklärt sei, ob das geltende Recht einen solchen Schutz gewährleiste. Mittlerweile hat sich aber durch die Entscheidung des Bundesgerichtshofes vom 19. April 2018, AZ: I ZR 154/16, die zur Frage der wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit von sog. Ad-Blockern erging (siehe hierzu auch noch Ziff. III dieses Jahresberichts) und in der festgestellt wurde, dass der Einsatz von Ad-Blockern per se nicht rechtswidrig ist (im Sinne einer wettbewerbsrechtlichen Unlauterkeit) eine andere Sachlage ergeben: Es ist somit deutlich geworden, dass hier eine massive Schutzlücke entstanden ist. Um die Refinanzierung der journalistisch-redaktionellen Telemedienangebote grundsätzlich zu ermöglichen, besteht hier dringender Handlungsbedarf.

## 10. Die europäische Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie)

Mit der Novelle will die EU auf das veränderte Marktumfeld und den technologischen Wandel reagieren. Die überarbeiteten Vorschriften gelten nicht mehr wie bislang nur für Rundfunkanstalten, sondern erfassen auch Video-On-Demand- und Video-Sharing-Plattformen wie z. B. You-

Tube, Netflix oder Facebook. Diese Plattformen werden in bestimmten Bereichen künftig vergleichbaren Standards unterworfen wie klassische Fernsehsender. Damit trägt der EU-Gesetzgeber der veränderten Mediennutzung vieler Europäerinnen und Europäer Rechnung.

Das Europäische Parlament hatte Anfang Oktober 2018 einer überarbeiteten Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) zugestimmt. Dem Votum des Europäischen Parlaments folgend, hat daraufhin am 6. November 2018 der Europarat der AVMD-Novelle zugestimmt. Damit gilt das Gesetzgebungsverfahren als abgeschlossen. Die neue Richtlinie tritt am 20. Tag nach ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt der Europäischen Union in Kraft. Die EU-Mitgliedstaaten verfügen anschließend über 21 Monate um die Richtlinie in nationales Recht umzusetzen. In Deutschland wird derzeit parallel die Rundfunkordnung durch den **Medienstaatsvertrag** (MStV) reformiert, siehe hierzu bereits oben Ziff. 8. Es bleibt abzusehen, ob hierbei die Anforderungen aus der AVMD-Richtlinie bereits im MStV-Entwurf berücksichtigt werden.

Von Bedeutung für die Verlage sind unter anderem die mittlerweile gelockerten Regelungen für die TV-Werbung. Die neuen Vorschriften der AVMD-Richtlinie sehen nun eine maximale Werbequote von 20 % für den täglichen Sendezeitraum zwischen 6:00 und 18:00 Uhr vor. Die Sender können flexibel entscheiden, wann in diesem Zeitraum Werbung gezeigt wird. Zwischen 18:00 und 00:00 Uhr wurde ein Prime-Time-Fenster eingerichtet, auch hier darf die Werbung nur maximal 20 % der Sendezeit beanspruchen. Statt maximal zwölf Minuten pro Stunde wie bisher, können Sender nun zwischen 18:00 und 24:00 Uhr, 72 Minuten Werbung frei verteilen. Die Sender können somit die Länge der Werbeblöcke in Zukunft freier gestalten, doch darf das Programm frühestens alle 30 statt wie bisher alle 20 Minuten unterbrochen werden.

Eine vollständige Liberalisierung der Werbezeitbeschränkungen, wie von der EU-Kommission ursprünglich gewünscht, konnte somit verhindert werden. Auch die von den Berichterstattern im Europäischen Parlament gewünschte Liberalisierung von isolierten Werbespots wurde vermieden. Es bleibt somit im Ergebnis bei der geltenden Regelung, die vorsieht, dass einzeln gesendete Werbespots außerhalb von Sportevents die Ausnahme bilden müssen.

Darüber hinaus enthält die AVMD-Richtlinie nun eine Quote für europäische Produktionen. Ähnlich wie klassische Rundfunkanbieter sollen nun auch die Anbieter von Video-On-Demand-Plattformen dazu verpflichtet werden, europäische Inhalte zu fördern und zu verbreiten. Anbieter wie bspw. Amazon Prime oder Netflix müssen ihre Kata-

loge zu mindestens 30 % mit europäischen Produktionen bestücken.

Darüber hinaus wird es striktere Regeln zum Jugendschutz geben. Die novellierte Richtlinie enthält strenge Vorgaben für Werbung oder Produktplatzierungen in Fernsehprogrammen für Kinder sowie auf Plattformen. Zusätzlich sollen nach den neuen Vorschriften die Mitgliedstaaten künftig verstärkt sicherstellen, dass in audiovisuellen Medien nicht zu Hass, Gewalt oder Terrorismus aufgerufen wird.

## 11. Mehrwertsteuer Digitale Presse

Nachdem sich der BDZV und die Landesverbände intensiv dafür eingesetzt hatten, trat im Dezember 2018 endlich eine EU-Richtlinie in Kraft, die es den Mitgliedstaaten erlaubt, den ermäßigten Mehrwertsteuersatz auch auf digitale Presse anzuwenden. Die Richtlinie muss nun in Deutschland durch eine Änderung des Umsatzsteuergesetzes umgesetzt werden. Der entscheidende Ausnahme-Passus der EU-Richtlinie lautet:

*„Lieferung von Büchern, **Zeitungen** und Zeitschriften auf physischen Trägern, **auf elektronischem Weg oder beidem**, einschließlich des Verleihs durch Buchereien (einschließlich Broschüren, Prospekte und ähnliche Drucksachen, Bilder-, Zeichen- oder Malbücher für Kinder, Notenhefte oder Manuskripte, Landkarten und hydrografische oder sonstige Karten), mit Ausnahme von Veröffentlichungen, die vollständig oder im Wesentlichen Werbezwecken dienen, und mit Ausnahme von Veröffentlichungen, die vollständig oder im Wesentlichen aus Videoinhalten oder hörbarer Musik bestehen“.*

Die Bundesregierung hat damit einen ersten Teil der Vereinbarung im Koalitionsvertrag erfüllt. Dieser sagt zum Thema:

*„Wir setzen uns auch auf europäischer Ebene für die Anwendung des ermäßigten Mehrwertsteuersatzes bei gewerblich gehandelten Kunstgegenständen, E-Books, E-Papers und anderen elektronischen Informationsmedien ein.“*

Nun kommt es darauf an, dass in Deutschland eine zügige und möglichst umfassende Umsetzung erfolgt. Hierzu hat noch im Dezember 2018 ein erstes Fachgespräch der Verlegerverbände (BDZV, VDZ, Börsenverein des Dt. Buchhandels und Bibliotheksverband) mit der zuständigen Abteilung des Bundesministeriums der Finanzen stattgefunden.

Ziel des BDZV und der Landesverbände ist es, eine möglichst weite und allgemeine Formulierung für die Definition zu erhalten. Aus unserer Sicht wäre eine Formulierung drin-

gend notwendig, mit der alle denkbaren – auch zukünftigen – digitalen Presseprodukte der Verlage – ob zu einem Prinntitel gehörig oder für sich stehend – erfasst werden.

Die Ministeriumsvertreter zeigten sich zwar grundsätzlich offen, dennoch werden BDZV und die Landesverbände im Rahmen des Gesetzgebungsprozesses noch Überzeugungsarbeit zu leisten haben.

Geplant ist eine Verabschiedung des Gesetzes noch vor der Sommerpause, ein In-Kraft-Treten zum 1. Juli 2019.

Ein **Richtlinienvorschlag** betreffend einer **generellen Reform** der Mehrwertsteuersätze in der Europäischen Union wurde bereits zu Beginn des Berichtsjahres von der Europäischen Kommission vorgelegt.

Vorgeschlagen wird dabei eine allgemeine Flexibilisierung der Mehrwertsteuersätze, wonach es allen EU-Mitgliedstaaten gestattet ist, neben den beiden ermäßigten Steuersätzen von mindestens 5 % (in Deutschland derzeit 7 %) und einem Steuersatz von 0 %, einen dritten ermäßigten Steuersatz zwischen 0 und 5 % anzuwenden. Sollte diese Reform verabschiedet werden, wäre grundsätzlich auch auf Presseprodukte (ob Print oder Digital) ein Nullsteuersatz anwendbar.

Das EU-Parlament hat sich im Dezember 2018 für die Reform ausgesprochen. Da jedoch eine Einigung zu Steuerthemen im EU-Ministerrat Einstimmigkeit der Mitgliedsstaaten voraussetzt, kann bis zur endgültigen Verabschiedung der Richtlinie noch einige Zeit ins Land gehen.

## 12. Umsetzung der Geschäftsgeheimnisschutz-Richtlinie

Ein Medienbündnis aus Verlagen, Gewerkschaften, Rundfunk und Presserat hat im Spätsommer des Berichtsjahres zu einem Regierungsentwurf zur Umsetzung einer Geschäftsgeheimnisschutz-Richtlinie in nationales Recht Stellung bezogen.

Ziel der EU- Richtlinie ist es ursprünglich, unfaire Praktiken im Wettbewerb zwischen Unternehmen und die Auspähung von Konkurrenten und Verwertung dieser Vorteile zum wirtschaftlichen Nutzen zu unterbinden. Allerdings sind hier auch andere Aspekte zu beachten: Ein großer Anteil wirtschaftskrimineller Taten in Unternehmen wird durch Anzeigen von Beschäftigten aufgedeckt. Das Wiederum ist Gegenstand der Berichterstattung durch Presseorgane und Gegenstand der öffentlichen Aufgabe der Presse. Kritische und investigative Berichterstattung ist auf Whistleblower aus Unternehmen angewiesen, was

nichts mit Industrie- und Wirtschaftsspionage zu tun hat. Die Medien als Intermediäre und die demokratischen Kontrollorgane brauchen Hinweise von Insidern, um Missstände aus Unternehmen an die Öffentlichkeit zu bringen. Das ist notwendig in einer demokratischen, offenen Gesellschaft.

Es sei hier auf ein früheres Statement der ehemaligen OSZE-Bbeauftragten für Medienfreiheit, Dunja Mijatovic (bis 2017), zur EU-Richtlinie verwiesen. In seltener Deutlichkeit warnte sie in einer Stellungnahme zum Gesetzgebungsvorhaben: „Einige der Bestimmungen verhindern nicht ausreichend die Einführung von überzogenen Beschränkungen der Freiheit der Äußerung und der Freiheit der Medien durch die europäischen Mitgliedstaaten. Insbesondere definiert der Text nicht die legitime Ausübung des Rechtes auf Äußerungsfreiheit und Information und enthält keine klare Erwähnung des öffentlichen Interesses um sachgemäß investigativen Journalismus zu schützen, der den Erwerb, Gebrauch und die Offenlegung von Geschäftsinformationen umfasst.“

Im Gegensatz zum ursprünglichen Text der EU-Richtlinie ergaben sich aus der deutschen Umsetzung einige problematische Aspekte, die unmittelbare, negative Auswirkungen auf investigativen Journalismus befürchten lassen.

Allerdings versucht das Bundesjustizministerium die Bedenken der Vertreter der Presse zu zerstreuen: So auf den Websites des Ministeriums u. a. zu lesen: „Der Entwurf enthält eine ausdrückliche Regelung, die die Erlangung, Nutzung und Offenlegung von Geschäftsgeheimnissen im Rahmen der journalistischen Tätigkeit für rechtmäßig erklärt (§ 5 Nummer 1 des Gesetzentwurfs). Im bisherigen Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) gab es eine solche Regelung nicht.“

Der Gesetzentwurf der Bundesregierung wird zum Zeitpunkt der Drucklegung dieses Jahresberichts noch im parlamentarischen Verfahren beraten.





# V. AUS- UND WEITERBILDUNG





## 1. Seminarangebot für kaufmännische Verlagsmitarbeiter

Die verhaltene Resonanz auf die Seminarangebote setzte sich im Berichtsjahr weiter fort: Erneut mussten zahlreiche Seminare wegen zu geringer Teilnehmerzahlen kurzfristig abgesagt werden. Von fünf geplanten Seminaren konnte lediglich ein Seminar kostendeckend durchgeführt werden. Für die vier abgesagten Seminare hatten 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 sind die Teilnehmerzahlen im Vergleich zum Vorjahr erneut gesunken. Insgesamt besuchten lediglich 7 Personen (Vorjahr: 24 Personen) das durchgeführte Seminar aus dem Bereich Vertriebs- und Kundenservice.

Im Rahmen der seit 1999 bestehenden Ausbildungskooperation mit dem Verband Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV) wurden im Berichtsjahr insgesamt 5 Seminare durchgeführt. An den Seminaren und Workshops in Stuttgart und München nahmen insgesamt 65 Personen (Vorjahr: 96 Personen) teil, hiervon stammten 47 Teilnehmer aus VSZV-Mitgliedsverlagen und 18 aus bayerischen Zeitungshäusern.

Folgende Seminare wurden 2018 durchgeführt:

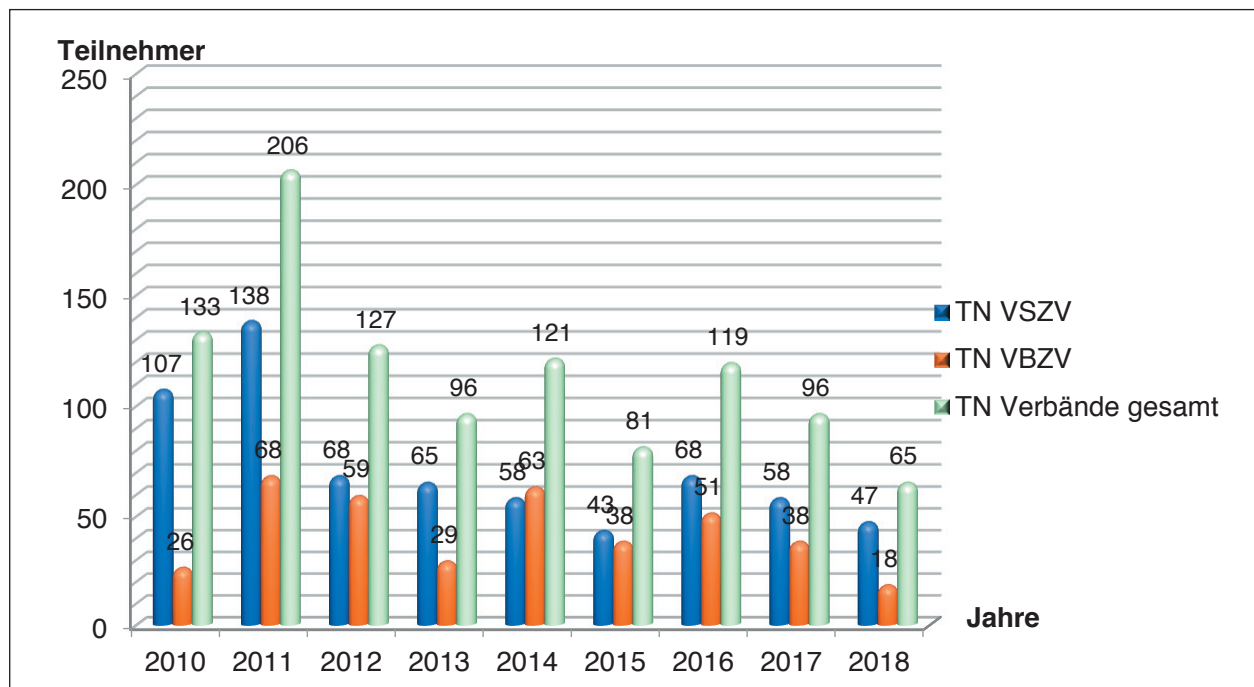
Seminartitel	Termin	ausrichtender Verband
Vom Vertriebsinspektor zum verantwortlichen Gebietsleiter – Modul I	24. + 25. April 2018	VBZV
Professioneller Vertriebs- und Kundenservice im Medienhaus	28. Juni 2018	VSZV
Vom Vertriebsinspektor zum verantwortlichen Gebietsleiter – Modul II	10. + 11. Juli 2018	VBZV
Vom Vertriebsinspektor zum verantwortlichen Gebietsleiter – Modul III	11. + 12. September 2018	VBZV
Jährliches Update für alle Gebietsleiter zu den aktuellen Veränderungen in der Verlagslogistik	6. + 7. November 2018	VBZV

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Teilnehmer VSZV	138	68	65	58	43	68	58	47
Teilnehmer VBZV	68	59	29	63	38	51	38	18
gesamt	206	127	96	121	81	119	96	65

Die Teilnehmer-Entwicklung sei anhand des nachfolgenden Diagramms verdeutlicht:

### Seminare für Verlagsmitarbeiter: Teilnehmer VSZV/VBZV/Verbände 2009 bis 2018 gesamt



Teilnehmerentwicklung VSZV-Seminare für Verlagsmitarbeiter

## 2. advise – Akademie für Medienberatung

Im Berichtsjahr wurde zum dritten Mal erfolgreich das Gesamtprogramm zum „Mediaberater Crossmarketing“ für Nachwuchs-Mediaberater durchgeführt. An dem Programm nahmen 12 Nachwuchs-Mediaberater teil, davon 11 aus baden-württembergischen Zeitungsverlagen. Im Rahmen der bestehenden Seminarkooperation mit dem Schwesterverband VBZV konnte erstmalig auch ein bayerischer Seminarteilnehmer (Hersbrucker Zeitung) gewonnen werden.

Das Gesamtprogramm verteilte sich über das ganze Berichtsjahr und beinhaltete wieder die folgenden Seminar-Module:

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

Die Ausbildung schloss mit drei Best-Practice-Tagen, in denen eine Fallstudie zur Entwicklung, Umsetzung und Ver-

kauf eines crossmedialen Konzepts durchgeführt wurde. Am Ende des dritten Tages absolvierten die Teilnehmer eine Online-Prüfung und erhielten nach erfolgreichem Bestehen ein Teilnahme-Zertifikat.

Die Teilnehmer bewerteten das Programm im Ganzen positiv: Nicht nur der Praxisbezug der Seminarreihe und die Kompetenz der Trainer, sondern auch der Erfahrungsaustausch unter Kollegen wurden dabei besonders hervorgehoben. Am 6. Februar 2019 fand erneut eine Feedback-Runde mit den Führungskräften der Teilnehmer statt. Das Seminarprogramm bekam dabei zahlreiche positive Rückmeldungen. Angeregt wurde, die Interaktion noch stärker in den Fokus zu rücken und die Mediaberater dafür zu sensibilisieren, im Beratungsgespräch umfassend auf die Kundenbedürfnisse einzugehen. In Bezug auf die Umsetzung des Erlernten in die Praxis wurde berichtet, dass die Teilnehmer nach Rückkehr aus den Seminaren besonders engagiert und selbstbewusst an die Arbeit gingen.

Für das Gesamtprogramm „Mediaberater Crossmarketing 2019“ wurden die Anregungen aus der letzten Feedbackrunde aufgenommen: So wird der Seminarbaustein „Crossmarketing“ deutlich stärker in den Blick genommen und der Telefonverkauf zum festen Bestandteil des Seminarprogramms. Hier konnte auch eine neue Referentin gewon-

nen werden: Frau Gaby Hinrichs ist Senior Consultant im Weiterbildungsinstitut FRIEDERBARTH, Hamburg, und bringt umfangreiche Erfahrung im Verkaufs- und Verhandlungstraining mit.

Im Berichtsjahr konnte schließlich ein Einzelseminar zum Thema „Content-Marketing und native Advertising“ mit insgesamt 12 Teilnehmern durchgeführt werden. Das geplante Seminar „Mobile“ musste demgegenüber wegen zu geringer Anmeldezahlen abgesagt werden.

Auch im Jahr 2019 werden wieder Seminare zu Einzelthemen angeboten werden.

### 3. Medienkaufmännische Berufsausbildung/Seminarangebote

#### Prüfungsvorbereitungseminar für auszubildende Medienkaufleute Digital/Print

Wie in den Vorjahren organisierte der VSZV zusammen mit dem Südwestdeutschen Zeitschriftenverlegerverband

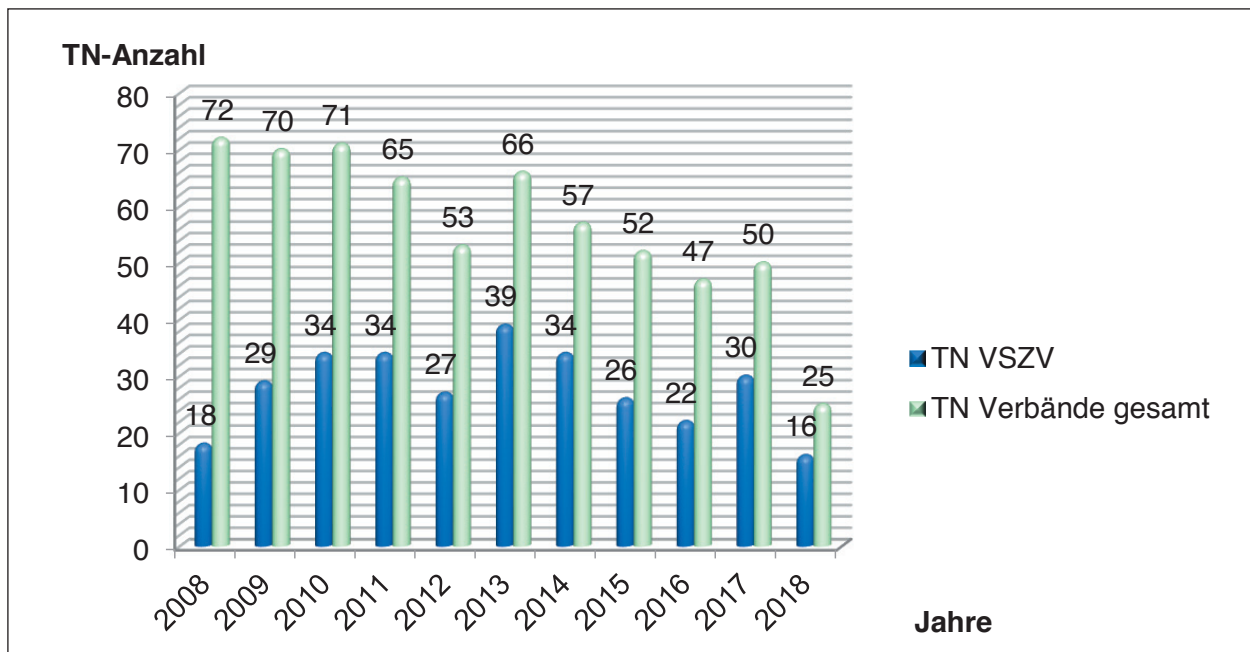
(SZV) und dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Landesverband Baden-Württemberg, Prüfungsvorbereitungseminare für auszubildende Medienkaufleute Digital und Print.

Die Teilnehmerzahlen für die Prüfungsvorbereitungseminare sind im Vergleich zum Vorjahr gesunken. Das verdeutlicht nachstehendes Diagramm:

Die über den VSZV angemeldeten Teilnehmer kamen im Jahre 2018 fast alle aus baden-württembergischen Verlagen. Im Berichtsjahr 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.

Erstmalig lässt sich auch bei den Seminarteilnehmern, die aus Mitgliedsverlagen des VSZV entsendet wurden, ein erheblicher Teilnehmerrückgang feststellen. Bedauerlicherweise ist 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

MKL-Seminare 2009 bis 2018: Teilnehmerentwicklung VSZV/alle Verbände

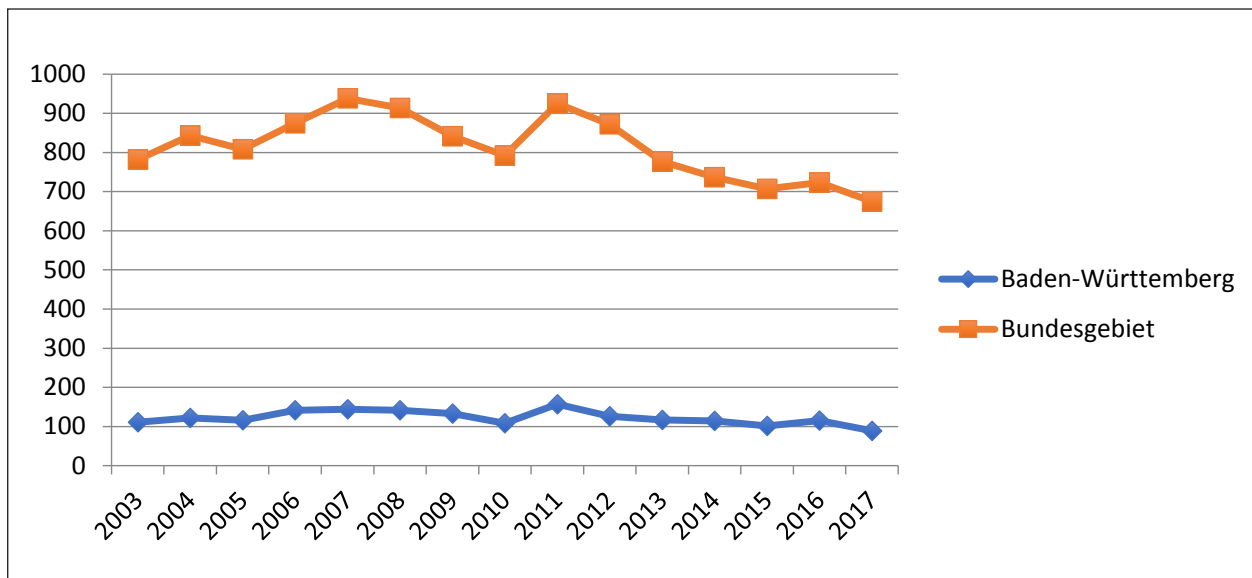


Teilnehmerentwicklung MKL-Prüfungsvorbereitungseminare seit Reform des Berufsbildes in 2008

wurden. Das zeigen die vom Deutschen Industrie- und Handelskammertag erstellten Statistiken über die Anzahl der jährlich abgeschlossenen Ausbildungsverträge zum Berufsbild „Medienkaufmann/frau Digital und Print“. Je nachdem, ob ggf. eine Lehrzeitverkürzung vereinbart werden kann, dauert die Berufsausbildung 2, 2,5 oder 3 Jahre, bis die Auszubildenden ihre Ausbildung abgeschlossen haben.

Die Verbände werden diesen Entwicklungen Rechnung tragen müssen. So werden ab dem Jahre 2020 grundsätzlich nur noch zwei Prüfungsvorbereitungsseminare, eines zur Frühjahrsprüfung und eines zur Herbstprüfung, angeboten werden können. Allerdings wird man von Fall zu Fall entscheiden müssen, ob die notwendigen Mindestteilnehmerzahlen erreicht werden können. Im Berichtsjahr 2018 mussten bedauerlicherweise die zwei geplanten Frühjahrstermine in einem Termin zusammengefasst werden, um eine kostendeckende Auslastung der Veranstaltung zu erreichen, der Herbsttermin musste abgesagt werden.

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 bisher 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.



Ausbildungsverträge Medienkaufleute Digital/Print in Baden-Württemberg von 2008 bis 2017 (Quelle DIHK)







# VI. JBB – JOURNALISTISCHE BERUFSBILDUNG





## 1. Seminararbeit 2018

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

Hierauf ist zurückzuführen, dass im Jahr 2018 von der JBB nur noch 21 eigene Veranstaltungen im Bereich Redaktion abgehalten wurden (Vorjahr: 33). An den von der JBB im redaktionellen Bereich abgehaltenen Seminaren nahmen 279 Personen teil (Vorjahr: 344). Erfreulicherweise ist demgegenüber die Anzahl der Volontäre bei den Grund- und Aufbau Seminaren und dem Pilotseminar auf 174 (Vorjahr: 135) angestiegen.

So konnte die durch den Wegfall der VG-Wortgelder entstandene Unterfinanzierung der JBB mehr als ausgeglichen werden.

Ausgebucht waren im Jahr 2018 erneut auf die Grundlagen Seminare und die Aufbau Seminare. Gut besucht waren 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“.

In diesem Jahr mussten 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.

Es war zum wiederholten Male festzustellen, dass zwar die Ausbildungsseminare für Volontäre nach wie vor gut belegt werden, weniger aber die Weiterbildungsseminare für Redakteure.

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

## 2. Seminare für Volontäre und Redakteure

Im redaktionellen Bereich gab es im Berichtsjahr folgende Veranstaltungen:

- 3 zweiwöchige Grundlagenseminare
- 3 einwöchige Aufbau Seminare
- 2 einwöchige Pilotseminare
- 10 zweitägige Seminare
- 3 eintägige Seminare

Bei insgesamt 21 Seminaren und 78 Seminartagen (Vorjahr: 33 Seminare, 95 Seminartage) nahmen 279 Personen (Vorjahr: 344 Personen) teil.

## 3. Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB

Am 26. Juni 2018 fand eine Sitzung von Vorstand und Beirat der JBB statt.

## 4. VSZV-Vertreter des JBB-Vorstandes

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

## 5. DJV-Vertreter des JBB-Vorstandes

- Hans-Dieter Weißbecher, Ludwigsburger Kreiszeitung (Sprecher)
- Sascha Bickel, Fränkische Nachrichten, Tauberbischofsheim
- Kathrin Konyen, Freie Journalistin
- Annika Wind, Mannheimer Morgen

## 6. JBB-Beirat

- Madeleine Bierlein, Mannheimer Morgen
- Karl Geibel, ehemalig Leonberger Kreiszeitung
- Markus Langer, Badisches Tagblatt, Baden-Baden
- Henning Otte, dpa
- Thomas Satinsky, Pforzheimer Zeitung
- Hans-Peter Schreijäg, Schwarzwälder Bote, Oberndorf
- Daniel Stahl, Heilbronner Stimme
- Matthias Stelzer, Südwest Presse, Ulm
- Simon Walter, Pforzheimer Zeitung

## 7. Seminarprogramm 2019

Das Seminarprogramm 2019 der JBB ([www.journalistische-berufsbildung.de](http://www.journalistische-berufsbildung.de)) enthält wiederum ein umfassendes Bildungsangebot für die Mitarbeiter der Zeitungsverlage.

Die erweiterte Ausbildung der Volontäre im JBB-Aufbauseminar ist digital und inhaltlich zeitgemäß auf einem sehr hohen Stand. Sie beinhaltet zudem die Einführung in die Aufgaben des Deutschen Presserats und in die Tätigkeit der deutschen Presseagentur.

Um eine zusätzliche allgemeinbildende und generalistische Fortbildung für den künftigen Redakteursberuf zu ermöglichen, bietet die JBB erstmals für alle Verbandsmitglieder im VSZV eine ergänzende zweite Woche zum Aufbauseminar als unitäres Pilotseminar an.

Dieses fünftägige Ergänzungsseminar, das ab 2020 regulär zur zweiten Woche des Aufbauseminars werden soll, umfasst Themen mit qualifizierten Referenten aus der Europäischen Union, aus Justiz, Wirtschaft und den bundesweiten Redaktionen der Zeitungs- und Zeitschriftenbranche:

- Das Justizsystem des Landes Baden-Württemberg und der Bundesrepublik Deutschland
- Die Grundlagen der Wirtschaft
- Die Kommunalverfassung des Landes Baden-Württemberg
- Der Heimat-Region-Lokaljournalismus heute
- Die Europäische Union.

Insgesamt stehen 30 Plätze für interessierte Volontäre und Redakteure zur Verfügung.





# VII. LANDES- PRESSEBALL, KONGRESSE







## 1. Landespresseball 2018

Am 16. November 2018 fand in der Stuttgarter Liederhalle der 59. Landespresseball statt. Rd. 2.100 Besucher aus Politik, Wirtschaft und Sport erlebten einen kurzweiligen Abend mit den unterschiedlichsten Showeinlagen. Der baden-württembergische Ministerpräsident Kretschmann als Schirmherr der Veranstaltung musste aufgrund einer Erkrankung kurzfristig absagen, damit fiel Innenminister Thomas Strobl (CDU) als dem stellvertretenden Ministerpräsidenten die ehrenvolle Aufgabe zu, den Ball mit dem ersten Walzer offiziell zu eröffnen.

Mit dem Engagement von Boney M. als Stargast hat die Pressestiftung als Gastgeberin auf eine erfahrene und bewährte Band zurückgegriffen. Die einst von Frank Farian gegründete Band, bei der von der ursprünglichen Besetzung nur noch die Leadsängerin Liz Mitchell dabei ist, hat die Ballgäste vor 10 Jahren schon einmal begeistert. Die Band präsentierte ihre großen Hits, unter anderem Titel wie „Rivers of Babylon“, oder auch „Brown Girl in the Ring“.

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 60. Landespresseball findet am 8. November 2019 statt.

## 2. Change Media Tasting 2018

Der Kongress Change Media Tasting hatte am 9. Juli 2018 zum dritten Mal seine Zelte in der Landeshauptstadt Stuttgart aufgeschlagen, dieses Mal an einem neuen Veranstaltungsort, dem Hospitalhof Stuttgart. Die Veranstaltung stand unter dem Leitthema „Change becomes Culture“.

Die Change Media Tasting war aus der früheren Bewegtbildkongress TV Komm. hervorgegangen und wird von der Landesanstalt für Kommunikation (LFK), der Viacom International Media Networks und Unitymedia gefördert.

Thema des Kongresses war die dynamische Digitalisierung, die mittlerweile jeden Lebensbereich erfasst. Es ging um Innovationen, Kreativität, Virtual Reality, neue Konzepte und Lösungen im Bereich der künstlichen Intelligenz, die notwendig sind, wenn die deutschen Medienunternehmen im Wettbewerb gegen Google, Amazon, Netflix und Co. bestehen wollen. Dabei stehen die Marktteilnehmer künftig vor der entscheidenden Frage, ob sie branchenübergreifend Kollaborationen und Allianzen mit nationalen Wettbewerbern eingehen oder einen eigenen Weg einschlagen wollen. Deutlich wurde zudem, dass lineares TV kein Auslaufmodell ist, sondern in Kombination mit auch für den On-Demand-Bereich nutzbaren Inhalten weiterhin sehr gute Chancen besitzt. In einer Vielzahl von Vorträgen und Diskussionen.

Der VSZV und der Schwesterverband VPRA sind Medienpartner der Veranstaltung.

## 3. Neunter Stuttgarter Medienkongress: SMK INKUBATOR

Das zentrale Thema des Kongresses am 9. Juli 2018 war: Neue Antworten finden auf die veränderten Märkte und Technologien, dabei aber den Qualitätsanspruch für den eigenen Content nicht aufzugeben.

Die Landesanstalt für Kommunikation (LFK) und die Hochschule der Medien (HdM) hatten zusammen mit der MFG Baden-Württemberg und dem SWR zum SMK INKUBATOR eingeladen. Etablierte Medienmacher diskutierten mit Newcomern und Querdenkern neue Ansätze zur Zukunft der Medien in Baden-Württemberg, darunter Staatssekretärin Katrin Schütz, SWR-Intendant Peter Boudgoust, LFK-Präsident Dr. Wolfgang Kreißig, MFG-Geschäftsführer Prof. Carl Bergengruen, Referatsleiter Medienpolitik Philipp Franke oder Joachim Dorfs, Chefredakteur der Stuttgarter Zeitung.

„Gerade in diesen Zeiten der dramatischen Veränderung von Medien und Geschäftsmodellen ist es wichtig, gemeinsam neu zu denken. Mit dem SMK INKUBATOR habe man eine spannende, neue Form des Austauschs für Baden-Württemberg an den Start gebracht“, bilanziert LFK-Präsident Dr. Wolfgang Kreißig.

Der Chefredakteur der Stuttgarter Zeitung, Joachim Dorfs, machte klar, dass Veränderung auch für seine Publikation bedeutet, neben einem hohen journalistischen Anspruch auch die Klickraten der Artikel im Netz im Blick zu haben. Für Benedikt Böckenförde, Geschäftsführer des Freiburger Portals StadtBESTEN.de, sind vor allem Daten und Inhalte mit Interaktionen mit den Nutzern relevant. „Wir sind keine

Journalisten“, unterstrich Böckenförde. „Beim Umgang mit den Daten könne man voneinander lernen“, so Dorfs.

Im Mittelpunkt der Diskussion mit den Entscheidern in Baden-Württemberg stand auch die Regulierung der Medien. Philipp Franke, Referatsleiter Medienpolitik im Staatsministerium Baden-Württemberg wies auf die Herausforderungen hin: Ein zeitgemäßer Telemedienauftrag, Regulierung der Intermediäre, Social Bots und deren transparente Kommunikation und Aufsicht. „Wir müssen mehr Medienpolitik wagen“, appellierte LFK-Präsident Dr. Wolfgang Kreißig. Es fehle noch an politischen Entscheidungen etwa beim Digitalradio. „Wir brauchen mehr Zusammenarbeit, schnelle Entscheidungen und Leitlinien der Politik“, so Dr. Kreißig. Austausch, Kooperationen und Vernetzung stehen auch auf der Agenda des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg. Staatssekretärin Katrin Schütz verwies auf den starken Partner Kreativwirtschaft, der für neue Impulse Sorge. „Wir leben gerade hier in einer geförderten Branche, wo es einen Subventionswettbewerb der Länder um kreative Unternehmen gibt“, darauf wies Prof. Carl Bergengruen, Geschäftsführer der Medien- und Filmgesellschaft hin. Hier gelte es, Baden-Württemberg zu stärken.





# VIII. GREMIEN UND EHRENÄMTER

Stand 31. Dezember 2018





<b>Vorstand</b>		
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	Vorsitzender
Wolfgang Poppen	Badische Zeitung	stv. Vorsitzender
Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen	stv. Vorsitzender
Thomas Brackvogel	Südwest Presse	
Herbert Dachs	Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten/Schwarzwälder Bote	
Tilmann Distelbarth	Heilbronner Stimme	
Dr. Kurt Sabathil	Schwäbische Zeitung	
Rainer Wiesner	Südkurier	
Martin Wilhelm	Heidenheimer Zeitung	
Stephan Bourauel	VSZV	Geschäftsführer
Konrad A. Theiss	Aalen	Ehrevorsitzender
Eberhard Ebner	Südwest Presse	Kooptiertes Mitglied
Dr. Richard Rebmann	Schwarzwälder Bote	Kooptiertes Mitglied

<b>Rechnungsprüfer</b>		
Monika Krichenbauer	Nürtinger Zeitung	
Markus Krichenbauer	Nürtinger Zeitung	
Ulrike Lambart	Lahrer Zeitung	Stellvertreterin

<b>Schlichtungsausschuss</b>		
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	Vorsitzender
Eberhard Ebner	Südwest Presse	
Konrad A. Theiss	Aalen	

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

<b>Anzeigenausschuss</b>		
Dr. Kurt Sabathil	Schwäbische Zeitung	Vorsitzender
Tanja Dehner	Stuttgarter Zeitung	
Ulrich Gottlieb	Der Teckbote	
Tim Hager	SWP Mediaservice GmbH/ Metzinger-Uracher Volksblatt	
Andreas Heinkel	Eßlinger Zeitung	
Marc Haselbach	Schwäbische Post	
Michael Hollfelder	Mannheimer Morgen	
Stefan Hörig	Badisches Tagblatt	
Reinhard Hofer	Schwäbische Zeitung	



Marcel Kimmling	Südwest Presse
Klaus-Ulrich Koch	Heidenheimer Zeitung
Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger
Christian Maron	Ludwigsburger Kreiszeitung
Bernd Maier	Schwarzwälder Bote
Michael Schmierer	Südkurier
Ralph Strickler	Badische Zeitung
Daniel Welte	Zollern-Alb-Kurier
Christopher Wertz	Pforzheimer Zeitung
Hans-Ulrich Wetzel	Mühlacker Tagblatt
Stephan Bourauel	VSZV
Dr. Bernadette Fuchs	VSZV

#### **Ausschuss Digitale Medien**

Thomas Brackvogel	Südwest Presse	Vorsitzender
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	
Alexander Kratzer	Stuttgarter Zeitung	
Markus Langer	Badisches Tagblatt	
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	
Matthias Schmeing	Mannheimer Morgen	
Daniel Torka	Südwest Presse	
Gerhard Ulmer	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Christian Weiß	Badische Zeitung	
Rainer Wiesner	Südkurier	
Martin Wilhelm	Heidenheimer Zeitung	
Stephan Bourauel	VSZV	
Dr. Bernadette Fuchs	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	
Ronald Koppelt	Schwäbische Zeitung	
Michael Lauer	Schwäbisches Tagblatt	
Peer Ley	Hohenloher Tagblatt	
Gertraud Paul	Stuttgarter Zeitung	
Wolfgang Schenk	Eßlinger Zeitung	

Sabine Schilling	Südkurier
Helga Thanel	Heidenheimer Zeitung
Thomas Zehnle	Badische Zeitung
Stephan Bourauel	VSZV
Dr. Bernadette Fuchs	VSZV

#### **Anzeigenausschuss: Arbeitsgruppe Benchmarkvergleich**

Reinhard Hofer	Schwäbische Zeitung	Leitung
Ulrich von Gehlen	Badische Zeitung	
Martin Küfner	Heilbronner Stimme	
Jutta Lindner	Mannheimer Morgen	
Christian Maron	Ludwigsburger Kreiszeitung	

#### **Anzeigenausschuss: Arbeitsgruppe Digitale Beilagen**

Reinhard Hofer	Schwäbische Zeitung	Leitung
Anja Deters	Bietigheimer Zeitung	
Tim Hager	Metzinger-Uracher Volksblatt	
Marcel Kimmling	Südwest Presse	
Bernd Maier	Schwarzwälder Bote	
Bernd Masal	Mannheimer Morgen	
Dietmar Merz	Ludwigsburger Kreiszeitung	
Tanja Pfisterer-Lang	Heilbronner Stimme	
Alexander Rist	Reutlinger General-Anzeiger	
Anja Sänger	Schwäbische Zeitung	
Michael Schmierer	Südkurier	
Daniel van Steenis	Kreiszeitung Böblinger Bote	
Cai von Rumohr	Badische Zeitung	

#### **Anzeigenausschuss: Arbeitsgruppe Familienanzeigen**

Reinhard Hofer	Schwäbische Zeitung	Leitung
Karsten Bader	Badische Zeitung	
Christine Bergmann	Südwest Presse	
Salvatore Buscemi	Heilbronner Stimme	
Andrea Commandeur	Badische Zeitung	
Silvia Dorn	Schwäbische Zeitung	
Tobias Gräser	Südkurier	
Andreas Kurz	Pforzheimer Zeitung	
Oliver Maier	Badische Zeitung	
Eva Schmidt	Schwäbische Zeitung	
Karin Wagner	Südwest Presse	

#### **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
Bernd Köhle	Der Teckbote
Udo Kretschmer	Zeitungsverlag Waiblingen
Tobias Lehmann	Südwest Presse
Bernd Maier	Schwarzwälder Bote
Franziska Mikolajczyk	Schwäbische Zeitung
Lidija Moro	Ludwigsburger Kreiszeitung
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

#### Anzeigenausschuss: Arbeitsgruppe Preisliste und Restplatzvermarktung

Ralph Strickler	Badische Zeitung	Leitung
Marc Haselbach	Schwäbische Post	
Stefan Hörig	Badisches Tagblatt	
Klaus-Ulrich Koch	Heidenheimer Zeitung	
Martin Kufner	Heilbronner Stimme	
Dietmar Merz	Ludwigsburger Kreiszeitung	

#### 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	
Steffen Kern	Mühlacker Tagblatt (bis 31. Dezember 2018)	
Markus Langer	Badisches Tagblatt	
Marie Leschik	Badische Zeitung (ab November 2018)	
Mareike Jovanovic-Poppen	Badische Zeitung (bis November 2018)	
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

#### 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	
Dietmar Brausendorf	Weinheimer Nachrichten	
Joachim Eggert	Reutlinger General-Anzeiger	
Uwe Groß	Südwest Presse	
Manuela Hofmann	Fränkische Nachrichten	
Bernd Keim	Pforzheimer Zeitung	
Heike Kraft	Mannheimer Morgen	
Nicole Lang	Schwäbische Zeitung	
Michael Lauer	Schwäbisches Tagblatt	
Markus Lenz	Weinheimer Nachrichten	
Peer Ley	Hohenloher Tagblatt	
Thomas Merzinger	SWP/Die Neckarquelle	
Cornelia Neuberger	Heilbronner Stimme	
Lucia Nock	Schwäbische Zeitung	
Martin Renner	Zollern-Alb-Kurier	
Joachim Schniepp	Zeitungsverlag Waiblingen	
Uwe Stegmeyer	Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten	
Helga Thanel	Heidenheimer Zeitung	

#### Vertriebsausschuss: Arbeitsgruppe Logistisches Benchmark

Thomas Zehnle	Badische Zeitung	Leitung
Alexander Bachmann	Schwäbische Zeitung	
Thomas Kluzik	Südkurier	
Michael Lauer	Schwäbisches Tagblatt	
Joachim Schniepp	Zeitungsverlag Waiblingen	
Uwe Stegmeyer	Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten	

<b>Präsidium</b>		
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	stv. Präsident
Dr. Richard Rebmann	Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten/Schwarzwälder Bote (bis Juni 2018)	stv. Präsident
Eberhard Ebner	Südwest Presse	Ehrenmitglied

<b>Delegierte</b>	
Valdo Lehari jr. (Herr Lehari jr. hat als Mitglied des Präsidiums ein weiteres Stimmrecht in der Delegiertenversammlung)	Reutlinger General-Anzeiger
Thomas Brackvogel	Südwest Presse
Herbert Dachs	Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten Schwarzwälder Bote
Tilman Distelbarth	Heilbronner Stimme
Dr. Björn Jansen	Mannheimer Morgen
Wolfgang Poppen	Badische Zeitung
Dr. Kurt Sabathil	Schwäbische Zeitung
Martin Wilhelm	Heidenheimer Zeitung

<b>Stellvertretende Delegierte</b>	
Rainer Wiesner	Südkurier
Stephan Bourauel	VSZV

<b>Vermarktungsausschuss</b>		
Herbert Dachs	Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten Schwarzwälder Bote	Vorsitzender
Bernhard H. Reese	Stuttgarter Zeitung (bis Juni 2018)	
Oliver Nothelfer	Stuttgarter Zeitung (ab Juli 2018)	
Dr. Kurt Sabathil	Schwäbische Zeitung	
<b>Stellvertreter</b>		
Stephan Körting	Reutlinger General-Anzeiger	

<b>Vertriebsausschuss</b>	
Gertraud Paul	Stuttgarter Zeitung
Thomas Zehnle	Badische Zeitung
<b>Stellvertreter</b>	
Joachim Eggert	Reutlinger General-Anzeiger

<b>Medienpolitischer Arbeitskreis</b>	
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger
Stephan Bourauel	VSZV

### **Sozialpolitischer Ausschuss**

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

### **Finanzbeirat**

Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung
<b>Stellvertreterin</b>	
Monika Krichenbauer	Nürtinger Zeitung

### **Arbeitsgruppe Digital**

Thomas Brackvogel	Südwest Presse
Ludwig Ederle	Schwäbische Post
Alexander Kratzer	Stuttgarter Zeitung
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger
Manfred Neufang	Badische Zeitung
Jan-Philipp Schlecht	Kreiszeitung Böblinger Bote
Daniel Torka	Südwest Presse
Rainer Wiesner	Südkurier
Stephan Bourauel	VSZV

### **Arbeitsgruppe Recht**

Dr. Verena Ehrlicher	Badische Zeitung (bis März 2018)
Johannes Fuchslocher	Mannheimer Morgen
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger
Dr. Holger Paesler	Südwest Presse (bis 31.12.2018)
Anke Schellenberger	Südkurier
Torsten Schoo	Heilbronner Stimme
Malte Wagner	Südwestdeutsche Medienholding GmbH
Cordula Zimmermann	Badische Zeitung (ab April 2018.)
Stephan Bourauel	VSZV

### **Arbeitsgruppe Öffentlichkeitsarbeit**

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

### **Arbeitsgruppe Steuern**

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

### **Arbeitsgruppe Papier**

Johannes Degen	Pressehaus Stuttgart Druck GmbH
----------------	---------------------------------

## Andere Gremien

<b>ENPA – European Newspaper Publishers' Association</b>		
<b>Board</b>		
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	Past- u. Vize-Präsident
<b>Exekutivkomitee (Vorstand)</b>		
Valdo Lehari jr. (Vizepräsident)	Reutlinger General-Anzeiger	
<b>WAN-IFRA – World Association of Newspapers and News Publishers</b>		
<b>Board (Verwaltungsrat)</b>		
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	
<b>Deutsche UNESCO-Kommission</b>		
Dr. Brigitte Weyl	Universitätsverlag Konstanz	Ehrenmitglied
<b>dpa Deutsche Presse Agentur GmbH</b>		
<b>Aufsichtsrat</b>		
Valdo Lehari jr.	Reutlinger General-Anzeiger	stv. Vorsitzender
Dr. Holger Paesler	Südwest Presse	Schriftführer
<b>Verband Deutscher Lokalzeitungen e. V.</b>		
<b>Vorstand</b>		
Dr. Wolfgang Röhm	Sindelfinger Zeitung/Böblinger Zeitung (bis April 2018)	
Hans-Ulrich Wetzel	Mühlacker Tagblatt (ab April 2018)	
<b>Versorgungswerk der Presse GmbH und Versorgungskasse</b>		
Dr. Holger Paesler	Südwest Presse	
<b>Pressestiftung Baden-Württemberg</b>		
Stephan Bourauel	VSZV	Vorstandsmitglied
Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung	Stiftungsrat
Tilman Distelbarth	Heilbronner Stimme	Stiftungsrat
Monika Krichenbauer	Nürtinger Zeitung	Stiftungsrat
<b>Sozialfonds der Landespresse e. V.</b>		
Stephan Bourauel	VSZV	Vorstandsmitglied
Dr. Christine Bechtle-Kobarg	Eßlinger Zeitung	Mitgliedervertreter
Tilman Distelbarth	Heilbronner Stimme	Mitgliedervertreter
Monika Krichenbauer	Nürtinger Zeitung	Mitgliedervertreter

**Landesanstalt für Kommunikation (LFK)****Medienrat**

Stephan BouraueI für VSZV und SZV stv. Vorsitzender

**Hochschule der Medien (HdM)****Beirat**

Stephan BouraueI VSZV

**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

Herbert Dachs Medienholding Süd

**ZMG****Projektgruppe „Marktentwicklung und Marktdaten“**

Dr. Steffen Ehrmann Schwäbische Zeitung

**Projektgruppe „Monitor“**

Cai von Rumohr Badische Zeitung

**Projektgruppe „Regionale Märkte“**

Anita Benesch Stuttgarter Zeitung

**Projektgruppe „Planungstools & Mediaservice“**

Dr. Steffen Ehrmann Schwäbische Zeitung





# IX. WIR GRATULIERTEN





# Geburtstage

## 70 Jahre

Klaus Jetter  
Herausgeber des Zollern-Alb-Kurier, Balingen  
am 7. Juni 2018

## 60 Jahre

Dr. Richard Rebmann  
Verleger Schwarzwälder Bote und  
Geschäftsführer der Schwarzwälder Bote  
GmbH & Co. KG  
am 20. Mai 2018

## 60 Jahre

Dr. Björn Jansen  
Geschäftsführer Mannheimer Morgen  
am 14. April 2018

## 50 Jahre

Axel Ziegler  
Verleger der SWP/Die Neckarquelle,  
Villingen-Schwenningen  
am 23. Februar 2018

# Jubiläen

## 230 Jahre

Haller Tagblatt  
Südwestpresse Hohenlohe GmbH & Co. KG  
Verlagsbetrieb Haller Tagblatt, Schwäbisch Hall

## 200 Jahre

Ludwigsburger Kreiszeitung

## 180 Jahre

Alb-Bote, Münsingen

## 180 Jahre

Gäubote, Herrenberg

## 180 Jahre

Hohenloher Tagblatt  
Südwestpresse Hohenlohe GmbH & Co. KG  
Verlagsbetrieb Hohenloher Tagblatt, Crailsheim

## 170 Jahre

Zollern-Alb-Kurier, Balingen

## 150 Jahre

Eßlinger Zeitung

## 130 Jahre

Reutlinger General-Anzeiger

## 70 Jahre

Schwäbische Post, Aalen



# X. DATEN ZUR TAGESPRESSE IN BADEN-WÜRTTEMBERG





# Auflagenhöhen der Tageszeitungen in Baden-Württemberg

Stand: 31. Dezember 2018

Zeitung	Verlagsort	verk. Auflage – IVW	
		IV/2018	IV/2017
<b>Mitglieder</b>			
Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten	Stuttgart	160.788	164.600
Schwäbische Zeitung	Ravensburg	159.195	163.511
Badische Zeitung	Freiburg	133.941	136.744
Südkurier	Konstanz	115.404	118.447
Badische Neueste Nachrichten	Karlsruhe	113.001	–
Südwest Presse	Ulm/Donau	103.833	107.492
Schwarzwälder Bote	Oberndorf	88.555	90.826
Heilbronner Stimme	Heilbronn	78.530	80.853
Rhein-Neckar-Zeitung	Heidelberg	76.744	79.334
Mannheimer Morgen	Mannheim	63.923	66.118
Zeitungsverlag Waiblingen	Waiblingen	38.489	39.665
Schwäbisches Tagblatt	Tübingen	37.077	38.047
Reutlinger General-Anzeiger	Reutlingen	34.489	35.440
Ludwigsburger Kreiszeitung	Ludwigsburg	33.589	34.387
Pforzheimer Zeitung	Pforzheim	32.264	33.092
Badisches Tagblatt	Baden-Baden	30.814	31.536
Eßlinger Zeitung	Esslingen	28.472	29.731
Fränkische Nachrichten	Tauberbischofsheim	28.633	29.144
Schwäbische Post	Aalen	21.585	21.899
Weinheimer Nachrichten	Weinheim	21.125	20.900
Heidenheimer Zeitung	Heidenheim	20.206	19.907
Nürtinger Zeitung	Nürtingen	18.596	18.979
Zollern-Alb-Kurier	Balingen	17.890	18.949
Haller Tagblatt	Schwäbisch Hall	15.501	15.787
Kreiszeitung Böblinger Bote	Böblingen	15.073	15.670
Backnanger Kreiszeitung	Backnang	14.059	14.552
Die Oberbadische	Lörrach	13.849	14.187
Der Teckbote	Kirchheim/Teck	13.290	13.654
Rems-Zeitung	Schwäbisch Gmünd	12.386	12.705
Metzinger-Uracher Volksblatt	Metzingen	10.820	11.175
Gäubote	Herrenberg	10.670	10.959
Geislinger Zeitung	Geislingen	10.446	10.647
Bietigheimer Zeitung	Bietigheim	10.162	10.602
Sindelfinger Zeitung	Sindelfingen	10.041	10.222
Übertrag:		1.593.440	1.519.761



Zeitung	Verlagsort	verk. Auflage – IVW	
		IV/2018	IV/2017
Übertrag:		1.593.440	1.519.761
Gmünder Tagespost	Schwäbisch Gmünd	9.194	9.269
Cannstatter Zeitung	Stuttgart-Bad Cannstatt	7.997	8.411
Lahrer Zeitung	Lahr	7.534	7.791
Mühlacker Tagblatt	Mühlacker	6.501	6.759
SWP/Die Neckarquelle	Villingen-Schwenningen	6.151	6.474
Vaihinger Kreiszeitung	Vaihingen/Enz	6.364	6.527
Schwarzwälder Post (3 x)	Zell/Harmersbach	2.000	2.250
Murrhardter Zeitung	Murrhardt	1.988	2.049
Eberbacher Zeitung	Eberbach	1.861	1.945
<b>Auflagenhöhe Mitglieder:</b>		<b>1.643.030</b>	<b>1.571.236</b>
<b>Nichtmitglieder</b>			
Badische Neueste Nachrichten	Karlsruhe	–	117.062
Offenburger Tageblatt	Offenburg	34.475	35.190
Acher-Rench-Zeitung	Oberkirch	10.329	10.658
Heidenheimer Neue Presse	Heidenheim	3.911	4.837
<b>Auflagenhöhe Nichtmitglieder:</b>		<b>48.715</b>	<b>167.747</b>
<b>Auflagenhöhe aller Tageszeitungen in Baden-Württemberg:</b>		<b>1.691.745</b>	<b>1.738.983</b>

## 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
<b>Ehrenvorsitzender:</b> Konrad A. Theiss		
<b>Persönliche Mitglieder:</b> Helmut Eckoldt, Gregor Stemmler, Dr. Brigitte Weyl		

## Auflagenentwicklung aller Tageszeitungen in Baden-Württemberg 1980 – 2018

(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 %

## Die Tageszeitungen in Auflagengruppen

Die von den 48 Verlagen am 31. 12. 2018 herausgegebenen Zeitungen verteilen sich auf folgende Auflagengruppen:

Auflagengruppe	Zahl der Zeitungen*	
bis 5.000	3	(3)
5.001 bis 10.000	6	(7)
10.001 bis 25.000	17	(17)
25.001 bis 50.000	9	(9)
50.001 bis 125.000	7	(9)
über 125.000	3	(2)
	45	(47)

In der Gruppe „bis 5.000“ erscheint eine Zeitung 3 x wöchentlich.  
\*in Klammern: 2017

## Die Tagespresse in Baden-Württemberg

Stand: 31.12.2018

Publizistische Einheiten	verk. Auflage IVW IV/2018	
<b>Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion ohne Partnerverlage</b>		
1 Schwäbische Zeitung, Ravensburg		159.195
2 Badische Zeitung, Freiburg		133.941
3 Badische Neueste Nachrichten, Karlsruhe		113.001
4 Stuttgarter Zeitung, Stuttgart*		111.192
5 Heilbronner Stimme, Heilbronn		78.530
6 Rhein-Neckar-Zeitung, Heidelberg		76.744
7 Reutlinger General-Anzeiger, Reutlingen		34.489
8 Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg		33.589
9 Pforzheimer Zeitung, Pforzheim		32.264
10 Badisches Tagblatt, Baden-Baden		30.814
*mit Lokalausgabe Leonberger Kreiszeitung		
<b>Zeitungsverlage mit eigener Vollredaktion und Partnerverlagen</b>		
11 Südwest Presse, Ulm	+ 17	103.833
12 Stuttgarter Nachrichten, Stuttgart**	+ 11	134.167
13 Mannheimer Morgen, Mannheim	+ 4*	126.700
14 Südkurier, Konstanz	+ 1	115.404
15 Schwarzwälder Bote, Oberndorf	+ 3	109.938
16 Offenburger Tageblatt, Offenburg	+ 1	44804
17 Eßlinger Zeitung, Esslingen	+ 1	36.469
*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/2018: 159.195

Ausgabe Sigmaringen/Messkirch

Ausgabe Tett nang

Ausgabe Alb-Donau

Ausgabe Wangen

Lindauer Zeitung, Lindau

Heuberger Bote, Spaichingen

Trossinger Zeitung, Trossingen

Gränzbote, Tuttlingen

Ipf- und Jagstzeitung, Ellwangen

Aalener Nachrichten, Aalen

#### 2. Badische Zeitung, Freiburg

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/2018: 133.941

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/2018: 113.001

BNN – Ettlingen

BNN – Hardt

BNN – Rastatt/Murgtal

BNN – Baden-Baden

#### 4. Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten, Stuttgart

Stuttgarter Zeitung

Stuttgarter Nachrichten

Leonberger Kreiszeitung

Fellbacher Zeitung

Marbacher Zeitung

Kornwestheimer Zeitung

Auflage IV/2018: 160.788

#### 5. Heilbronner Stimme, Heilbronn

HSt – Heilbronn

Hohenloher Zeitung

Kraichgau Stimme

Heilbronner Stimme Nord

Heilbronner Stimme Ost

Heilbronner Stimme West

Auflage IV/2018: 78.530

**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/2018: 76.744

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/2018: 34.489

Echaz-Bote

**8. Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg**

Ludwigsburger Kreiszeitung  
 mit Lokalausgaben  
 Bottwartal/Marbach  
 Neckartal  
 Strohgau

Auflage IV/2018: 33.589

Neckar- und Enzbote

**9. Pforzheimer Zeitung, Pforzheim**

Pforzheimer Zeitung  
 Ausgabe Mühlacker

Auflage IV/2018: 32.264

**10. Badisches Tagblatt, Baden-Baden**

Ausgabe Baden-Baden  
 Ausgabe Bühl

Auflage IV/2018: 30.814

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/2018: 134.167

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

146.407  
 280.574

## 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/2018: 103.833

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/2018: 126.700

Mannheim

Bensheim

Tauberbischofsheim

Bad Mergentheim

Buchen/Walldürn

Wertheim

Schwetzingen

Weinheim

**14. Südkurier, Konstanz**

Gesamt-Auflage IV/2018: 115.404

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/2018: 109.938

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/2018: 44.804

Offenburger Tageblatt

Offenburg

OT – Schwarzwald-Zeitung/

Anzeiger vom Kinzigtal

Kehler Zeitung

Acher-Rench-Zeitung

Oberkirch

**17. Eßlinger Zeitung, Esslingen**

Gesamt-Auflage IV/2018: 36.469

Eßlinger Zeitung

Esslingen

Cannstatter Zeitung

Stgt.-Bad Cannstatt

Untertürkheimer Zeitung

## Anzeigen-Gemeinschaften

(in Klammern: verkaufte Auflage IV/2018)

### 1. Stuttgarter Zeitung – Anzeigengemeinschaft – PLUS (415.957)

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 (103.833)

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	Tauber-Zeitung
Hohenzollerische Zeitung	Zollern-Alb-Kurier
Metzinger-Uracher Volksblatt	
Pfullinger Zeitung	
Reutlinger Nachrichten	

### 3. ZRN Zeitungsgruppe Rhein-Neckar, Mannheim (198.035)

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 (147.779)

Badische Zeitung  
Die Oberbadische

### 5. Schwarzwälder Bote, Oberndorf/Neckar (109.938)

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

### 6. Miba, Mittelbadische Presse, Offenburg (44.804)

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

### 7. Anzeigengemeinschaft Eßlinger Zeitung (36.469)

Cannstatter Zeitung  
Untertürkheimer Zeitung  
Eßlinger Zeitung

### 8. Heidenheimer Anzeigenverbund, Heidenheim (20.206)

Heidenheimer Zeitung



Herausgegeben vom  
**Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e. V.**  
Königstraße 26, 70173 Stuttgart  
[www.vszv.de](http://www.vszv.de)

Für den Inhalt verantwortlich: RA Stephan Bourael

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

ISSN 0176-1307