

Intern

Nr. 22/2011 vom 25. November 2011

50 Jahre ENPA: Barroso unterstreicht Bedeutung der freien Presse

Verleger diskutieren Rolle der Zeitungen im digitalen Zeitalter

Mit einem großen Festakt hat der Europäische Zeitungsverlegerverband (ENPA) am 8. November 2011 sein 50-jähriges Jubiläum gefeiert. Zum Auftakt dieses unterstrich der Präsident der EU-Kommission, José Manuel Barroso, die Bedeutung der Presse und der freien Meinungsäußerung.

An die gut 250 anwesenden Chefredakteure, Verleger und Verlagsmanager aus ganz Europa gerichtet, sagte er: „Die Freiheit der Meinungsäußerung und die Pressefreiheit sind zwei nicht verhandelbare Freiheiten, die einer demokratischen Gesellschaft zugrunde liegen. Sie sind wesentliche Grundwerte der Europäischen Union und Sie können sicher sein, dass die Kommission diese weiterhin energisch verteidigen wird.“

Viviane Reding, Vizepräsidentin der Europäischen Kommission und Kommissarin für Justiz, Grundrechte und Bürgerschaft, unterstrich in ihrer Eröffnungsrede die Rolle der Presse und ihren Beitrag in Bezug auf informierte und engagierte Bürger in Europa: „Zeitungen sind heute, im digitalen Zeitalter, ebenso relevant wie schon vor 50 Jahren. Sie sind, auch auf europäischer Ebene, die 'Vierte Gewalt' und Kontrollinstanz über Exekutive, Legislative und Jurisdiktion.“

Der europäische Verlegerverband rief die EU-Institutionen mit Blick auf alle Informationsplattformen auf, durch wirksame rechtliche Rahmenbedingungen die an die Zeitungen in Europa gestellten Anforderungen der Informationsverbreitung und

Seite 2

- Zeitungsverleger: Entwurf für novellierte Pressefusionskontrolle reicht nicht aus

Seite 4

- Burkhard Schaffeld verlässt den BDZV

Seite 4

- European Newspaper Award für „Berliner Morgenpost“

Seite 5

- Konferenz „Lokale Online-Vermarktung“: Neue Strategien für den lokalen Markt

Seite 6

- „F.A.Z.“ verkauft „Märkische Allgemeine“ / „Südkurier“ geht an Mediengruppe Pressedruck

Seite 6

- „Der Neue Tag“ investiert in moderne Rotation

Kompetenzvermittlung weiterhin sicherzustellen. In diesem Zusammenhang betonte ENPA-Präsident Ivar Rusdal: „Wenn die grundlegenden Rahmenbedingungen fair ausgestaltet sind, dazu gehören der Themenkomplex um das gesamte Urheberrecht, die Sicherstellung gleicher Wettbewerbsbedingungen auf allen Technologie-Plattformen und ein Mehrwertsteuer-System, das die Entwicklung von Zeitungen auf allen Plattformen fördert, hat der Zeitungssektor eine gesunde Zukunft vor sich.“

Nach zwei Diskussions-Panels, besetzt mit Mitgliedern des Europäischen Parlaments, hochrangigen Vertretern der europäischen Institutionen, Verlegern und Journalisten zu den

Themen „The Role of Newspapers in Democratic Society“ und „The Future of News Media“ hob Michel Barnier, EU-Kommissar für Binnenmarkt und Dienstleistungen, den Wert von kreativen Inhalten hervor: „In einer Welt, in der eine Fülle an Informationen fließt, sind eine unabhängige Presse und journalistische Qualität wichtiger denn je.“ Das Internet müsse als Möglichkeit und nicht als Bedrohung verstanden werden und die gesetzlichen Rahmenbedingungen für neue Geschäftsmodelle im Sinne der Werte und Grundsätze, für die die Mitglieder der ENPA stehen, gestaltet sein.

Internet: www.enpa.be

Zeitungsverleger: Entwurf für novellierte Pressefusionskontrolle reicht nicht aus

BDZV präsentiert Fünf-Punkte-Plan

Der BDZV begrüßt im Grundsatz die von der Bundesregierung geplante Novellierung der Pressefusionskontrolle. Es ist gut, dass das Thema Eingang in die anstehende Änderung des Wettbewerbsrechts gefunden hat, erklärte der BDZV in einer Pressemitteilung.

Allerdings sei es nicht zielführend, dass nur einer der Eckpunkte aus dem Katalog, den BDZV und der Verband der Lokalzeitungen der Bundesregierung vor einem Monat übermittelt hätten, aufgenommen worden sei. Zentrale Anliegen der Zeitungsverlage seien überhaupt nicht berücksichtigt worden. Die Verleger erwarteten, dass in den anstehenden Anhörungen und Beratungen zu dem Entwurf des Bundeswirtschaftsministeriums alle notwendigen Voraussetzungen für eine Anpassung der Pressefusionskontrolle geschaffen würden. Ziel sei der Erhalt der Pressevielfalt in einem Markt, der sich durch die digitale Mediennutzung und – damit verbunden – viele neue Wettbewerber stark gewandelt habe.

Der Gesetzentwurf sieht vor, dass die für Presseunternehmen geltende Aufgreifschwelle von Faktor 20 auf den Faktor acht reduziert wird (das heißt: acht Mal strengere Umsatzregeln als in anderen Branchen). Damit würden Verlage mit einem gemeinsamen Umsatz von bis zu 62,5 Millionen Euro künftig keiner Kontrolle durch das Kartellamt unterliegen. Derzeit liegt die Grenze bei 25 Millionen Euro. Nach den Vorstellungen der Zeitungsverleger müssen folgende weiteren Punkte in einer novellierten Pressefusionskontrolle verankert werden:

- Thema „Sanierungsfusion“: Für den Erhalt der Wettbewerbsstruktur ist es nicht zielführend, wenn für den Nachweis einer notwendigen Sanierung der bevorstehende Marktaustritt eines Verlages abgewartet werden muss. Der Sanierungsfall muss dann angenommen werden, wenn nachweislich auf Dauer negative Betriebsergebnisse zu erwarten sind.
- Thema „potenzieller Wettbewerb“: Für die Annahme eines potenziellen Wettbewerbs zwischen Nachbarverlagen genügt nach Ansicht der Zeitungsverleger nicht die rein theoretische Möglichkeit, dass es zwischen den Beteiligten zu einem Wettbewerb kommen würde. Vielmehr müssten konkrete Tatsachen eine entsprechende Annahme stützen.
- Die für alle anderen Branchen bereits geltende Bagatellanschlussklausel (Umsatzerlös eines beteiligten Unternehmens) sollte auch für Presseunternehmen eingeführt werden. Hier sollte ebenfalls der Faktor acht (acht Mal strengere Umsatzregeln) gelten. Damit läge die Schwelle bei 1,25 Millionen Euro.
- Ausgenommen von den Kontrollvorschriften sollten solche Pressemärkte sein, auf denen weniger als 1,9 Millionen Euro umgesetzt werden (Bagatellmarkt). Bisher liegt diese Grenze bei 750.000 Euro.

- Bei der Berechnung der Schwellenwerte soll der Multiplikationsfaktor acht ausschließlich auf die Anzeigen- und Vertriebs Erlöse von Zeitungen und Zeitschriften angewandt wer-

den. Umsätze aus anderen Bereichen wie Akzidenzdruck, Briefzustelldienste oder Anzeigenblätter sollten bei der Pressefusionskontrolle nicht berücksichtigt bleiben.

ZAW: Werbeklima kühlt sich 2012 leicht ab

Branche leidet unter Fachkräftemangel

Die Werbebranche in Deutschland hat das Finanzkrisenjahr 2011 weitgehend glimpflich überstanden, so die Einschätzung des Zentralverbands der Deutschen (ZAW) Werbewirtschaft. Die Investitionen in Löhne und Gehälter, Produktion von Werbemitteln und in die Verbreitung von Werbebotschaften werden voraussichtlich um 1,4 Prozent auf 29,94 Milliarden Euro steigen, gab der ZAW am 24. November 2011 in Berlin bekannt. Auf die Medien entfielen davon voraussichtlich 18,94 Milliarden Euro (netto).

Ob das Werbejahr 2011 positiv abschließen werde, hänge aber noch vom Weihnachtsgeschäft ab, das von der anhaltenden Diskussion maroder Staatshaushalte westlicher Länder beeindruckt werden könnte, schränkte ein ZAW-Sprecher ein. Bei werbenden Unternehmen wie Konsumenten schwingt Unsicherheit über künftige betriebswirtschaftliche Umsätze und private Einkommen mit.

Wie die Werbeexperten weiter mitteilten, würden Unternehmen momentan verstärkt in Image-Kampagnen investieren. „Offensichtlich wollen Firmen Vertrauen in unsicheren Zeiten schaffen“, analysierte ein ZAW-Sprecher. Ebenso sei zu beobachten, dass auch Online-Dienstleister immer stärker in Werbung in traditionellen Medien investierten. Daraus leite sich zweierlei ab, so der ZAW: „Werbekanäle im Internet brauchen die Werbequalitäten der traditionellen Medien für die Hinlenkung auf ihr eigenes Angebot womit sie gleichzeitig als Effekt einen monetären Beitrag für die Stabilität des vorhandenen Mediensystems lieferten“.

Für das kommende Jahr rechnet der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft laut Umfrage unter seinen 41 Mitgliedsorganisationen aufgrund konjunktureller Unwägbarkeiten mit einer leichten Abkühlung der Werbereitschaft um 0,4 Prozent (auf 29,83 Milliarden Euro) und einem Rückgang der

Medienumsätze aus dem Werbegeschäft um 1,5 Prozent (auf 18,66 Milliarden Euro).

Die Stimmung bei den werbenden Unternehmen, den Medien und Agenturen sei gedämpft optimistisch, so der Verband. Rechneten im Frühjahr 2011 noch 56 Prozent der ZAW-Verbände mit steigendem Wirtschaftswachstum in Deutschland, seien es im Herbst nur noch 27 Prozent. Von stabilen Verhältnissen der Konjunktur gingen 63 Prozent (Frühjahr: 41 Prozent) aus, während jetzt zehn Prozent die Wirtschaftslage absinken sehen (drei Prozent vor sechs Monaten).

Gefragt nach der Investitionsbereitschaft in Werbung prognostizieren ein Drittel der ZAW-Mitglieder für die kommenden sechs Monate wachsende Werbebudgets (Frühjahr: 54 Prozent), 63 erwarten Stagnation (46 Prozent) und vier Prozent schrumpfende Werbeetats. Die ZAW-Herbstumfrage erbrachte gleichfalls eine Rangliste von neun ausgewählten Problemfeldern für die Werbewirtschaft. An der Spitze stehe gegenwärtig mit 74 Prozent die Sorge um weitere Eingriffe der Politik in die ohnehin bereits stark regulierte kommerzielle Kommunikation.

Die gegenwärtige Lage am Arbeitsmarkt für Werbeberufe beurteilt der ZAW als gemischt. Zwar sei die Arbeitslosenquote im Oktober weiter auf 4,6 Prozent gegenüber 5,1 Prozent im Vorjahr gesunken. Auch gäbe es mehr freie Stellen für Werbefachkräfte bei werbenden Firmen und Medien. Aber die Werbeagenturen hätten erhebliche Probleme, Fachkräfte für den Sektor der Digitalkommunikation zu finden. Nach Erhebungen der Dachorganisation sind 913.500 Personen in der Werbewirtschaft beschäftigt. Davon arbeiten im Kernbereich rund 136.000 in der Werbegestaltung, 37.000 bei den Auftraggebern von Werbung und knapp 15.000 in der Verbreitung von Werbemitteln wie Verlagen.

Burkhard Schaffeld verlässt den BDZV

Ricarda Veigel und Sonja Boss neue Justiziarinnen des Verbands

Nach mehr als 30 Jahren im Dienst der Zeitungen verlässt BDZV-Justiziar Burkhard Schaffeld Ende des Jahres den Verband und geht in den Ruhestand.

„Burkhard Schaffeld hat über Jahrzehnte die Tarifpolitik des BDZV in allen Facetten mitgeprägt und sich in den Tarifaueinandersetzungen mit den Gewerkschaften auch den Respekt der Gegenseite erworben“, würdigte BDZV-Präsident Helmut Heinen das Wirken des Verbandsprofis. „In der Tarif- und Sozialpolitik hat Herr Schaffeld mit seinen Analysen, seiner fachlich fundierten Voraussicht und Verlässlichkeit mir und den Kolleginnen und Kollegen im Sozialpolitischen Ausschuss und in den zahlreichen verschiedenen Verhandlungskommissionen für unser gemeinsames Handeln immer ein hohes Maß an Sicherheit mit auf den Weg geben können“, ergänzte der langjährige BDZV-Verhandlungsführer Werner Hundhausen.

Darüber hinaus habe Burkhard Schaffeld den Verlagen stets als kompetenter Berater und juristischer Vertreter helfend zur Seite gestanden, so Heinen weiter. Obendrein sei er als Autor zahlreicher Schriften und Kommentare hervorgetreten.

Der Rechtswissenschaftler Burkhard Schaffeld begann 1979 zunächst als wissenschaftlicher

Mitarbeiter seine Karriere beim BDZV, sieben Jahre später folgte die Zulassung als Rechtsanwalt. Seit 1989 berät er als Justiziar des Verbands die Mitgliedsverlage, 1997 wurde er in die Geschäftsleitung berufen.

Die Abteilung Recht/Sozialpolitik wird ab 1. Januar 2012 von Ricarda Veigel, bisher Referentin Recht des BDZV und seit Juni 2011 Geschäftsführerin des Vereins der Zeitungsverleger in Berlin und Ostdeutschland, und Dr. Sonja Boss gebildet. Beide firmieren fortan als Justiziarinnen des Verbands. Sonja Boss ist Fachanwältin für Arbeitsrecht, war zuvor seit fünf Jahren in der Kanzlei Prof. Dr. Weberling in Berlin tätig. In diesem Rahmen hat sie bislang zahlreiche Zeitungshäuser juristisch beraten und vertreten. Zuvor arbeitete sie bei der Beratungsgesellschaft KPMG. Darüber hinaus ist Frau Boss seit mehreren Jahren Lehrbeauftragte an der Fern-Universität Hagen und der Hochschule für Wirtschaft und Technik Berlin (HTW) im individuellen und kollektiven Arbeitsrecht.

Rechtsanwältin Ricarda Veigel (LL.M) arbeitet seit 2000 beim BDZV, ihre Schwerpunkte sind: Vertriebs-, Anzeigen- sowie Internet- und Presse-recht. Ferner ist sie regelmäßig als Fachautorin und Referentin unter anderem zu den Themen E-Paper, Weblogs und Widerrufsrecht aktiv.

European Newspaper Award für „Berliner Morgenpost“

Vergabe im Mai beim European Newspaper Congress in Wien

Die besten Zeitungen Europas kommen 2011 aus Norwegen, Dänemark, der Schweiz und aus Deutschland. Das ist das Ergebnis des 13. European Newspaper Awards, an dem insgesamt 226 Zeitungen aus 27 Ländern teilgenommen haben (2010: 219 Zeitungen, 2009: 241 Zeitungen).

Als Hauptpreisträger werden für vorbildliches Design und Konzept ausgezeichnet: in der Kategorie Lokalzeitung: „Hordaland“, Voss, Norwegen; in der Kategorie Regionalzeitung: „Berliner Morgenpost“, Deutschland; in der Kategorie über-regionale Zeitung: „Berlingske Tidende“, Kopenhagen, Dänemark; in der Kategorie Wochenzeitung: „NZZ am Sonntag“, Zürich, Schweiz. Ziel des von dem Düsseldorfer Zeitungsdesigner

Norbert Küpper ins Leben gerufenen und in Kooperation mit den Journalisten-Zeitschriften „Medium Magazin“ (Frankfurt am Main) sowie „Der Österreichische Journalist“ (Salzburg) und „Schweizer Journalist“ (Oberuzwil) ausgerichteten Preises ist es, „den Informationsaustausch über Konzeption und Design von Zeitungen europaweit zu fördern“.

Als wichtigsten Trend stellte die Jury fest, dass Zeitungen „weiterhin stark visuell geprägt“ seien. Besonders viele Einreichungen habe es in der Kategorie „Visual Storytelling“ gegeben, also bei herausragenden Beispielen für die Informationsübermittlung durch eine Kombination aus Bildern, Infografiken und Text. Eine andere visuelle Kategorie, die Fotoreportage, werde allmäh-

lich auch außerhalb Skandinaviens öfter angewandt.

Im Bereich Konzeption und Innovation liegen deutsche Verlage nach Angaben von Norbert Küpper vorn, „weil Redaktionen mit viel Engagement beispielsweise Serien und Themenbeilagen entwickeln“. Nur wenige Teilnehmer haben es in der Kategorie Online gegeben; bei den Apps für iPads überzeugten fünf Einreichungen. Hier ging ein Award nach Schweden, je zwei preisgekrönte Beiträge kommen aus Deutschland und Norwegen. Neben den vier Hauptpreisen gibt es beim European Newspaper Award in verschiedenen Kategorien zusätzlich sogenannte Awards of Excellence, etwa für Titelseiten, Innenseiten, Infografik, Typografie, Fotografie, Foto-Reportage, Beilagen, Sonderseiten. Hier waren 52 deutsche Zeitungen siegreich. Insgesamt gingen Awards of Excellence an 133 Titel aus 22 Ländern.

Die komplette Liste der Gewinner steht im Internet unter www.newspaperaward.org. Die festliche Preisverleihung findet am 7. und 8. Mai 2012 in Wien beim „European Newspaper Congress“ statt. Neben dem Hauptpreisträger „Berliner Morgenpost“, bei dem die Jury unter anderem die

typografisch und fotografisch seriöse Anmutung und die Übersichtlichkeit und Ausgewogenheit des Seitenlayouts würdigte, wurden aus Deutschland ausgezeichnet: Aachener Zeitung, Abendzeitung, Augsburgische Allgemeine, Automobilwoche, Badische Zeitung, Berliner Zeitung, Bild am Sonntag, Braunschweiger Zeitung, Der Freitag, Deutsche Handwerks Zeitung, Die Rheinpfalz am Sonntag, taz - die Tageszeitung, Die Welt, Die Zeit, Donaukurier, Euro am Sonntag, Financial Times Deutschland, Frankfurter Rundschau, Fränkischer Tag, Freie Presse, General-Anzeiger, Hamburger Abendblatt, Kirche + Leben, Kölner Stadt-Anzeiger, Ludwigsburger Kreiszeitung, Madsack Heimatzeitungen, Märkische Allgemeine, Main-Post, Mannheimer Morgen, Mittelbayerische Zeitung, Neue Presse Hannover, Ostfriesen-Zeitung, Ostsee-Zeitung, Pforzheimer Zeitung, Rheinische Post, Rhein-Zeitung, Saarbrücker Zeitung, Sächsische Zeitung, Schwäbische Zeitung, Sonntag Aktuell, Stuttgarter Nachrichten, Stuttgarter Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Südkurier, Südwest Presse, Thüringer Allgemeine, Uptown, VDI Nachrichten, Welt Kompakt, Welt am Sonntag, Welt am Sonntag Kompakt, Westfälische Rundschau

Neue Perspektiven, Neue Produkte, Neue Ideen für den lokalen Raum

BDZV/WAN-IFRA-Konferenz „Lokale Online-Vermarktung“ präsentiert Erfolgsgeschichten

Zeitungen sind die Local Heroes – sowohl redaktionell wie im Werbemarkt. Doch haben längst auch medienfremde Wettbewerber das Potenzial der lokalen Märkte für sich entdeckt. Google, Facebook, Groupon, kaufDA oder Qype drängen mehr und mehr in die einstige Domäne der Verlage. Erfolgreich ist, wer die Bedürfnisse der Werbekunden vor Ort ernst nimmt und diese mit den richtigen Werbeformaten begeistert. Vor diesem Hintergrund dreht sich auf der BDZV/WAN-IFRA-Konferenz „Lokale Online-Vermarktung“ am 1. Dezember 2011 in Köln alles um innovative Werbeformen, erfolgreiche Kundenansprache und neue Online-Vermarktungskonzepte.

Dabei wird **Stephan Körting**, Leiter Märkte des „Reutlinger General-Anzeigers“, über das analoge aber vor allem das digitale Couponing-Geschäft seines Verlags berichten. Die digitalen Beilagen stehen im Mittelpunkt des Referats von **Ali Uluileri**, Geschäftsführer von

MeinProspekt.de, aus München. Wie sich mit einfachen Branchenbucheinträgen und aufwendig gestalteten Firmenpräsentationen Geld verdienen lässt, weiß **Eva-Christin Woltmann** von den „Grafshafer Nachrichten“ (Nordhorn) zu berichten. Das digitale Branchenbuch des Verlags hat längst die traditionellen gelben Seiten abgelöst.

Wie sich Zeitungen noch stärker als Full-Service-Agentur für regionale Geschäftspartner aufstellen können, präsentieren **Sebastian Knoch** und **Johannes Rohde** von MSO Digital aus Osnabrück. Ihr Vortragstitel: „Die Zeitung als Problemlöser und erster Ansprechpartner vor Ort“. Um "Bamberg 3, 2, 1... – Neue Wege für den Anzeigenverkauf" geht es bei **Alexander Subat**, Leiter Agentur der Mediengruppe Oberfranken. Er wird die kürzlich durchgeführte Auktion des Bamberger Medienhauses vorstellen, bei der auf eBay Werbeflächen versteigert wurden.

Weitere Schwerpunkte der Konferenz „Lokale Online-Vermarktung“, zu der BDZV und WAN-IFRA wieder knapp 100 Werbe- und Vermarktungsexperten erwarten, sind: crossmediale Vermarktungskonzepte und Self-Ad-Systeme, mit denen Kunden selbstständig Anzeigenraum buchen können. Moderiert wird die Veranstaltung von **Sonja Ettengruber**, Leiterin idowa Mediendienste in Straubing, und **Andreas Schmutterer** von der „Augsburger Allgemeinen Zeitung“. Die

Teilnehmergebühr beträgt für BDZV/WAN-IFRA-Mitglieder 590 Euro, Nicht-Mitglieder zahlen 790 Euro (jeweils zuzüglich Mehrwertsteuer). Darin enthalten ist auch das Get-Together am Vorabend (30.11.2011) im Kongresshotel. Diesem BDZV-Intern ist ein Veranstaltungsflyer beigelegt. Kontakt: ZV, Jennifer Nehls, Telefon 030/726298-244, E-Mail seminar@bdzv.de.

Internet: www.zv-online.de

Namen und Nachrichten

„F.A.Z.“ verkauft „Märkische Allgemeine“

Die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ hat am 11. November 2011 den Verkauf ihrer Anteile an der „Märkischen Zeitung“ (inklusive Druckerei, Logistik und Briefzustellung) in Potsdam bekanntgegeben. Neuer Eigentümer wird die Mediengruppe Madsack in Hannover, zu der unter anderem auch die „Leipziger Volkszeitung“ gehört. Der Kauf steht noch unter Vorbehalt der Zustimmung durch das Bundeskartellamt. Kontakt: „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, Andreas Tatzl, Telefon 069/7591-1267, E-Mail A.Tatzl@faz.de.

Internet: www.faz.net

Mediengruppe Pressedruck übernimmt „Südkurier“

Die Mediengruppe Pressedruck, in der auch die „Augsburger Allgemeine“ erscheint, übernimmt von der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck 51 Prozent der Anteile am Medienhaus „Südkurier“ in Konstanz. Die Transaktion steht noch unter Zustimmungsvorbehalt des Bundeskartellamts. Bereits im vergangenen Jahr hatte die Mediengruppe Pressedruck Holtzbrinck die in Würzburg erscheinende „Main-Post“ abgekauft. Kontakt: Mediengruppe Pressedruck, Kai Löbert, Telefon 0821/7774515, E-Mail kai.loebert@pressedruck.de.

Internet: www.suedkurier.de

„Der Neue Tag“: Neue Rotation und neues Layout

Zeitgleich mit der Inbetriebnahme einer neuen Rotation hat die Tageszeitung „Der neue Tag“ in Weiden mit ihren Kopfblättern „Amberger Zei-

tung“ und „Sulzbach-Rosenberger Zeitung“ am 31. Oktober 2011 auch ein neues Layout und eine zusätzliche Druckausgabe eingeführt. Die Druckanlage des Würzburger Herstellers Koenig & Bauer vom Typ Commander CT produziert in der Stunde bis zu 45.000 Exemplare mit 48 Seiten im Vierfarbdruck. Die Gesamtinvestitionen belaufen sich auf rund 25 Millionen Euro. Auffälligstes Merkmal der grafischen Überarbeitung: Die neue Farbskala und das veränderte Schriftbild der Titel. Darüber hinaus wurde im Osten des Großlandkreises Schwandorf eine zusätzliche Druckausgabe etabliert. Somit steigt die Zahl der Lokalausgaben auf neun. Kontakt: „Der neue Tag“, Sonja Zahn, E-Mail sonja.zahn@derneuetag.de.

Internet: www.derneuetag.de

Stephan Richter: Sprecher der Chefredakteure im Norden

Stephan Richter, langjähriger Chefredakteur des sh:z-Verlags in Flensburg, ist Mitte November 2011 zum Sprecher der Chefredakteure der medienholding nord berufen worden. In dieser Funktion soll er die redaktionelle Steuerung und Zusammenarbeit der verschiedenen Titel – vom „Flensburger Tageblatt“ (sh:z-Verlag) bis zur „Schweriner Volkszeitung“ – verantworten. Neben seinen neuen Führungsaufgaben wird Richter weiterhin als Autor tätig sein. Die Chefredaktion beim „Flensburger Tageblatt“ hat ab sofort Helge Matthiesen inne, der von 2002 bis 2007 die Stadredaktion der Zeitung leitete. Danach wechselte er als stellvertretender Chefredakteur und Blattmacher zum „Weser-Kurier“ nach Bremen. Kontakt: sh:z Schleswig-Holsteinischer Zeitungsverlag, Michaela Lüth, Telefon 0461/808-1012, E-Mail michaela.lueth@shz.de.

Internet: www.shz.de

Jörn Tüffers Lokalchef beim „Solinger Tageblatt“

Jörn Tüffers, bisher stellvertretender Redaktionsleiter und Blattmacher der Lokalredaktion Düsseldorf der „Rheinischen Post“, verstärkt ab 1. Dezember 2011 die Lokalredaktion des „Solinger Tageblatts“ (Verlag B. Boll). Jörn Tüffers bekleidet die Position des Lokalchefs und stellvertretenden Chefredakteurs. Nach seinem Magisterstudium in Geschichte, Germanistik und Literaturwissenschaften in Wuppertal volontierte Tüffers beim „Remscheider General-Anzeiger“. Nach seiner Ausbildung wechselte er zur „Rheinischen Post“, wo er 17 Jahre lang unter anderem als stellvertretender Redaktionsleiter in Remscheid und als Redaktionsleiter in Solingen arbeitete. Kontakt: „Solinger Tageblatt“, Bettina Rosenblatt, Telefon 0212/299-106, E-Mail bettina.rosenblatt@solinger-tageblatt.de.

Internet: www.solinger-tageblatt.de

Neue Chefredaktion in Bamberg

Die Mediengruppe Oberfranken (Bamberg) hat Anfang November 2011 ihre Chefredaktion neu besetzt, nachdem der bisherige Chefredakteur Joachim Widmann das Haus verlassen hatte. Frank Förtsch zeichnet ab sofort für die Lokalredaktionen verantwortlich. Christian Reinisch, bisher Nachrichtenchef am Desk, übernimmt kommissarisch die Leitung des Mantels und des Online-Bereichs. Kontakt: Mediengruppe Oberfranken, Martin Wilbers, Telefon 0951/188319, E-Mail m.wilbers@mg-oberfranken.de.

Internet: www.mg-oberfranken.de

„Schwäbische Zeitung“: Christoph Plate Mitglied der Chefredaktion

Die „Schwäbische Zeitung“ in Leutkirch vergrößert im Frühjahr 2012 ihre Chefredaktion, und holt Christoph Plate von der „Neuen Züricher Zeitung am Sonntag“ (NZZ) an den Bodensee. Plate soll Chefredakteur Hendrik Groth bei der Produktion der Mantelredaktion unterstützen. Plate war von 1993 bis 2002 Afrika-Korrespondent mit Sitz in Nairobi. Er berichtete aus Ost-, Zentral- und Westafrika für den „Spiegel“, die „Berliner Zeitung“ und die „NZZ“. Seit Januar 2002 ist er Auslandsredakteur bei der „NZZ am Sonntag“ und dort vor allem zuständig für den Nahen Osten und Mitteleuropa. Kontakt: Schwäbisch Media, Joachim Umbach, Telefon 07561/80770, E-Mail j.umbach@schwaebisch-media.de.

Internet: www.schwaebisch-media.de

Michael Konken wiedergewählt

Der seit 2003 an der Spitze des Deutschen Journalisten-Verbands (DJV) stehende Michael Konken ist am 8. November 2011 für weitere zwei Jahre zum Vorsitzenden der Journalistengewerkschaft gewählt worden. In ihren Ämtern bestätigt wurden auch Konkens Stellvertreter Ulrike Kaiser und Michael Anger. Als neuer Schatzmeister gehört der freie Journalist und Sachbuchautor Frank Überall aus Köln dem DJV-Bundesvorstand an. Zu Beisitzern wurden Kathrin Konyen aus Neu-Ulm, Wolfgang Grebenhof aus Franken und Peter Jebesen aus Hamburg gewählt. Kontakt: DJV, Hendrik Zörner, Telefon 030/72627920, E-Mail djv@djv.de.

Internet: www.djv.de

Joachim Türk verlässt Koblenzer „Rhein-Zeitung“

Joachim Türk, seit 2004 gemeinsam mit Christian Lindner Chefredakteur der „Rhein-Zeitung“ (Koblenz), verlässt das Unternehmen zum Jahresende auf eigenen Wunsch aus persönlichen Gründen, wie es in einer Verlagsmitteilung heißt. Vor seinem Eintritt in die Chefredaktion war er als Manager über mehrere Jahre mitverantwortlich für die tschechischen Beteiligungen des Koblenzer Verlags, sieben Jahre lang stand er als Geschäftsführer (Marketing, Technik) an der Spitze eines regionalen Telekommunikations-Unternehmens.

Internet: www.Rhein-Zeitung.de

Franziska Bluhm Chefredakteurin von Wirtschaftswoche Online

Franziska Bluhm übernimmt als Mitglied der „Wirtschaftswochen“-Chefredaktion die Leitung des Online-Portals www.Wirtschaftswoche.de. Bluhm kommt von der „Rheinischen Post“ (Düsseldorf), wo sie seit 2006 arbeitete, zuletzt als stellvertretende Chefredakteurin der Website rp-online.de. Nach ihrem VWL-Studium volontierte Bluhm bei der Zeitschrift „Wertpapier“ in Düsseldorf und wirkte anschließend für das Schwesterblatt „Geldidee“. Kontakt: Verlagsgruppe Handelsblatt, Carole Herzog, Telefon 0211/887-1015, E-Mail presse@wiwo.de.

Internet: www.wirtschaftswoche.de

Peter Horvath verlässt PMG / Oliver Graßly Nachfolger

Der langjährige Geschäftsführer der Presse Monitorgesellschaft (PMG), Peter Horvath, verlässt das Unternehmen Ende des Jahres. Er werde sich neuen Aufgaben in der Medien- und Kommunikationsbranche widmen, heißt es in einer Mitteilung der PMG. Horvaths Nachfolger wird Oliver Graßly, derzeit CEO der IFM Sports Gruppe, einem Dienstleister für Research und Beratung im Bereich Sportmarketing. Graßly ist in der Branche kein Unbekannter: Von 2001 bis 2008 war er Geschäftsführer bei der Cision Deutschland, dem damals führenden Medienmonitoring- und Medienanalyse-Unternehmen. Kontakt: PMG Presse-Monitor, Sola Eck, Telefon 030/28493-106, E-Mail sola.eck@presse-monitor.de.

Internet: www.pressemonitor.de

„Nordkurier“ mit Sonderbeilage zur Uckermark

„Ein starkes Stück Deutschland“ – unter diesem Titel hat die Kurierverlagsgruppe Ende Oktober 2011 eine 64-seitige Sonderbeilage herausgebracht. In dem Magazin werden innovative Menschen und Unternehmen Mecklenburg-Vorpommers und der brandenburgischen Uckermark portraitiert. Schwerpunkte sind dabei die Themen: Strukturwandel, Existenzgründung, Traditionswahrung und Pioniergeist. Das Vorwort zur Sonderbeilage hat Bundeskanzlerin Angela Merkel beige-steuert, die in der Uckermark aufgewachsen ist und bis heute dort ihren Heimatwahlkreis hat. Unter www.nordkurier.de finden sich zusätzliche Informationen, Fotogalerien sowie Videos. Die Sonderausgabe ist zudem als E-Paper verfügbar.

Internet: www.nordkurier.de

ZVH: deutsch-israelische „Harbour Tales“

Der Zeitungsverlegerverband Hamburg (ZVH) und die Axel Springer Akademie (ASA, Berlin) haben im September 2011 einen knapp zweiwöchigen Workshop für 16 junge Journalisten aus Deutschland und Israel veranstaltet. Auf dem anspruchsvollen Tourplan standen die Städte Jerusalem, Bethlehem, Tel Aviv und Haifa; besucht wurden unter anderem ein Kibbuz, Yad Vashem, die Redaktion von „Haaretz“ und eine Humus-Fabrik. Im Mittelpunkt jedoch standen täglich persönliche Coachings durch eigens angereiste Journalisten/Dozenten wie Paul Myers

von der BBC (über investigative Recherche) oder Christian Woelfel (BR über Video-Reportage und Foto) und vor allem die Entwicklung einer gemeinsamen Website unter dem Namen „Harbour Tales“. Der ZVH-Vorsitzende Jan Bayer würdigte die Website als ein „inspirierendes Ergebnis“, das die beeindruckende kreative Kraft cross-kultureller Zusammenarbeit aufzeige. Die Reise durch das Israel von heute, gesehen durch die Augen junger Journalisten, findet sich hier: www.harbour-tales.de.

Zeitungsmuseum Aachen: Die Zeitung im Wandel der Zeit

Nach aufwändiger Sanierung präsentiert sich das Internationale Zeitungsmuseum Aachen (IZM) als Ort der interaktiven Erlebbarkeit des Mediums Zeitung. Anfassen, sehen, erleben – so das Konzept. Anders als in klassischen Presse-museen stehe im IZM nicht die Pressehistorie im Mittelpunkt, sondern die Zeitung wird als wichtiger Faktor der Lesekultur, als Treiber von Aufklärung, Demokratie und Bildung ins Bewusstsein gerückt, schreibt Ralf Siepmann in seinem Beitrag für das Portal evangelisch. Ein Highlight des Museums: Eine interaktive Weltkarte erlaubt den Download der Titelseiten von Zeitungen aus aller Herren Länder. Von der „New York Times“, über die „F.A.Z.“ und die auflagenstärkste Zeitung der Welt „Yomiuri Shimbun“ aus Japan (14 Millionen verkaufte Exemplare) bis zur „No Dong Shin Mun“ aus Nordkorea reicht dabei das Spektrum. Und in den Schubladen wartet ein ausgewählter Teil der Sammlung von über 200.000 Zeitungen aus aller Welt auf Interessierte. Die älteste ist eine Flugschrift von 1590, der Vorläufer der ersten gedruckten Zeitung. Die Sammlung geht auf einen Grundstock zurück, den der Privatgelehrte Oskar von Forckenbeck (1822-1898) zusammengetragen hat. Was das IZM darüber hinaus so besonders macht, können Sie im Beitrag von Ralf Siepmann auf www.evangelisch.de nachlesen.

Multimedia

„Heilbronner Stimme“ erweitert Bewegtbildangebot

Die „Heilbronner Stimme“ hat Anfang November 2011 zwei Diskussionsforen live ins Internet übertragen. Sowohl das Gespräch der beiden Fußball-Bundesligatrainer Bruno Labbadia (VfB Stuttgart) und Holger Stanislawski (1899 Hoffenheim) als auch den Disput rund um das Thema Stuttgart21 konnten die User auf der

Website der Zeitung mitverfolgen. Bereits im Vorfeld konnten Leser ihre Fragen an die Chefredaktion schicken oder während der Sendungen via Online-Formular Beiträge beisteuern.

Internet: www.stimme.de

ABZV mit Crossmedia-Portal

Ein neues Online-Portal für Crossmedia-Journalisten und alle, die es werden wollen, bietet die Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverlage (ABZV) seit Anfang Oktober 2011 unter abzv-universalcode.de. Dort erklären Multimedia-Journalisten wie **Dirk von Gehlen**, Chefredakteur von jetzt.de, und **Daniel Fiene**, Radiomoderator, in Audio- und Videointerviews, was Journalisten im Internet anders machen müssen. Das Portal liefert unter anderem eine Anleitung für den Einstieg ins Podcasting, gibt Tipps für die Selbstvermarktung via Social Media. Darüber hinaus wird erklärt, wie Storytelling im Internet funktioniert, zudem finden User unter abzv-universalcode.de einen Überblick über gängige Software für die Produktion von Video- und Audiobeiträgen. Außerdem verweisen Links auf Journalistenschulen und -akademien und auf lesenswerte Blogs. Den Content steuern die Autoren des Buches „Universalcode“ bei, das ebenfalls im Oktober 2011 erschienen ist. Kontakt: ABZV, Beate Füh, Telefon 0228/20776622, E-Mail info@abzv.de.

Internet: www.abzv-universalcode.de

Kinder – Jugend – Schule

BDZV beteiligt sich am Vorlesetag

Bereits zum 8. Mal hat die Stiftung Lesen am 18. November 2011 den bundesweiten Vorlesetag veranstaltet. Wie in den vergangenen Jahren beteiligten sich deutschlandweit wieder mehrere tausend Lesepaten daran. Darunter auch der BDZV, dessen Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff in einem Berliner Kindergarten zum Buch griff. „Jeder Arbeitsplatz in Deutschland verlangt Lesekompetenz“, so Wolff im Nachgang seiner Lesestunde. Dies unterstreiche die hohe Bedeutung der Schlüsselkompetenz Lesen für den Wohlstand des Individuums als auch der Gesellschaft. „Vor diesem Hintergrund appelliere ich an die Eltern, ihre Kinder ans Lesen heranzuführen und ihnen damit bessere Chancen im Berufsleben zu eröffnen“, unterstrich der BDZV-Hauptgeschäftsführer. Der Aktionstag folgt der Idee: Jeder, der Spaß am Vorlesen hat, liest an diesem Tag anderen vor – zum Beispiel in Schulen, Kindergärten, Bibliotheken oder Buchhandlungen.

Seit vielen Jahren engagieren sich die deutschen Zeitungen aktiv um die Förderung der Lesekompetenz in Deutschland und haben dafür zahlreiche Projekte auch in Kooperation mit der Stiftung Lesen ins Leben gerufen. Im Vorstand der Stiftung Lesen ist der BDZV durch den langjährigen Geschäftsführer der Verlagsgruppe Rhein Main und ehemaligen BDZV-Vizepräsident Karlheinz Röthemeier vertreten.

Unna: Nachlese zur Mini-Mädchen-Weltmeisterschaft

Vorbildlich: Der „Hellweger Anzeiger“ in Unna (HA) hat im Rahmen der Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen 2011 mit den Schulen im Verbreitungsgebiet eine Mini-Mädchen-WM bestritten. Seit der ersten Idee im November 2009 wurde die Aktion generalstabsmäßig vorbereitet – und im Sommer 2011 zu einem Riesenerfolg für die Lokalzeitung. Positive Resonanz gab es nicht nur bei den 176 jungen Teilnehmerinnen, die in den Nationalfarben der „Großen“ aufliefen, sondern auch bei deren Familien, bei den Lesern des „HA“ – und nicht zuletzt bei den Botschaften der Teilnehmerländer und den Firmenpaten aus Unna, die sich alle gern für das Gelingen der gemeinsamen Sache einspannen ließen. Verlagsleiter Volker Stenei hat das Konzept, das sich auf jedes internationale Fußballturnier gut übertragen lässt, erstmals bei der 6. Konferenz „Kinder – Jugend – Zeitung“ des BDZV im April 2011 in Berlin vorgestellt. Vor kurzem brachte der „Hellweger Anzeiger“ nun auch eine 110 Seiten starke Broschüre unter dem Titel „Rund und bunt“ heraus, die detailliert das „making of“ und die Mini-Mädchen-WM abbildet.

Internet: www.hellwegeranzeiger.de

Veranstaltungen

Restplätze für BDZV/ZV-Social-Media-Konferenz sichern

Annähernd 50 Entscheider aus allen Verlagsbereichen haben sich bereits zur zweiten BDZV/ZV-Social-Media-Konferenz am 30. November 2011 in Köln angemeldet. Dabei gewähren unter anderem die Macher der Social-Media-Kampagne „Giro sucht Hero“ Einblicke in die erfolgreiche Integration von Facebook, Twitter und Co. in das Gesamtkommunikationskonzept. Christian Hoffmeister wird die Ergebnisse der neuen BDZV-Social-Media-Studie vorstellen und der Berliner PR-Experte Robert Krause erläutert die Bedeutung von Social-Media-Monitoring.

Darüber hinaus stellen regionale Zeitungshäuser ihre Strategien und Social-Media-Kampagnen vor. Für Mitglieder der BDZV-Landesverbände beträgt die Teilnehmergebühr 530 Euro, Nicht-Mitglieder zahlen 730 Euro (jeweils zuzüglich Mehrwertsteuer). Kontakt: ZV, Jennifer Nehls, Telefon 030/726298-244, E-Mail seminar@bdzv.de.

Buchtipps

„Zeitungen 2011/12“ – Fast alles über die Zeitungsbranche

Es gilt seit mehr als zwei Jahrzehnten als die Bibel der Branche – das Jahrbuch des BDZV, das Ende September 2011 zum 25. Mal erschienen ist. Auf 540 Seiten werden darin die aktuellen Trends der Branche nachgezeichnet. So diskutiert die Medienwissenschaftlerin **Miriam Meckel** von der Universität in St. Gallen, wie das Internet den Journalismus verändert, und kommt dabei zu der These: „Der User ist nicht mehr reiner Rezipient, er wird zum Informanten, zum Co-Autor. Die einst stumme Masse hilft, Dokumente und Daten zu sichten. Journalisten müssen in dieser neuen Welt, der Welt von Social Media, noch ihre Rolle finden.“ Mit dem Wandel des journalistischen Selbstverständnisses beschäftigt sich der ehemalige Chefredakteur der „Stuttgarter Zeitung“ und der „Welt“ **Thomas Löffelholz**. Auch an den Nachrichtenagenturen geht der Transformationsprozess der Medien nicht spurlos vorbei. Waren sie einst reine News-Lieferanten, sind sie heute dialogische Netzwerker, die ihre Kunden mit zahlreichen Zusatzdiensten umfassend versorgen wollen, wie es Publizist **Gernot Facius** in seinem Beitrag zusammenfasst. Neben den zahlreichen publizistischen Themen bildet das Digitalgeschäft der Verlage einen Schwerpunkt des neuen BDZV-Jahrbuchs. In zwei Beiträgen werden Monetarisierungsmöglichkeiten von Apps diskutiert, Medienexperte **Thomas Breyer-Mayländer** erörtert die Potenziale von Couponing-Plattformen und der Berliner Zeitungsdesigner **Lukas Kircher** skizziert modernes Storytelling für Tablet-PCs. Und wie ist es wirtschaftlich um die Zeitungen bestellt? 40 Seiten Text, acht Schaubilder und 30 Tabellen geben darauf eine detaillierte Antwort. Weitere zentrale Bestandteile des BDZV-Jahrbuchs sind Fachauf-

sätze zu den Themen Leistungsschutzrecht, Drei-Stufen-Test sowie Kooperationsmöglichkeiten zwischen Verlagen. Best-Practice-Beispiele der Verlage im Bereich des Jugendmarketings ergänzen das Themenangebot. Als weitere Autoren waren für das Jahrbuch unter anderem aktiv: **Heribert Prantl**, **Christoph Keese** sowie die Kommunikationswissenschaftlerin **Claudia Mast**. Das Jahrbuch kostet 24 Euro und kann bestellt werden bei: ZV, Britta Steffen, Telefon 030/726298-241, E-Mail buch@bdzv.de.

Internet: www.zv-online.de

Lob und Preis

Förderpreis für junge Journalisten zu vergeben

Der Verband der Zeitungsverleger in Rheinland-Pfalz und Saarland (VZV) schreibt auch dieses Jahr wieder einen Förderpreis für junge Journalisten aus. Der Preis ist mit insgesamt 10.000 Euro dotiert (fünf Preise zu je 2.000 Euro). Teilnahmeberechtigt sind Volontäre und Jungredakteure, die bei einer dem VZV angehörenden Zeitungen oder bei einer mit dem Verband kooperierenden Zeitung beschäftigt sind. Freie Mitarbeiter, die für diese Titel arbeiten, können ebenfalls teilnehmen. Die eingereichten Beiträge müssen zwischen 1. Januar und 31. Dezember 2011 veröffentlicht worden sein. Einsendeschluss ist der 27. Januar 2012. Die Ausschreibungsunterlagen finden sich unter www.vzv-rheinland-pfalz-saarland.de. Kontakt: VZV, Liane Lehmann, Telefon 0681/502-3033, E-Mail l.lehmann@sz-sb.de.

Jetzt noch für Rückblende bewerben

Der BDZV schreibt auch 2012 den Karikaturenpreis „Rückblende“ aus, um den sich noch bis zum 7. Dezember 2011 beworben werden kann. Der mit 8.000 Euro dotierte Preis soll die Bedeutung der Karikatur für die Meinungsseiten der Zeitungen hervorheben und diese wichtige Darstellungsform fördern. Neben dem Karikaturenpreis wird ein mit 7.000 Euro dotierter Preis der Landesvertretung Rheinland-Pfalz für die beste politische Fotografie vergeben.

Internet: www.bdzv.de/rueckblende2011.html

Termine im Dezember 2011

Kongresse/Tagungen/Sitzungen

- 1. Dezember Sitzung der Arbeitsgruppe Papier, Berlin
- 6. Dezember Sitzung Trägerverein Deutscher Presserat, Berlin
- 6. Dezember jule-Beirat, Frankfurt am Main
- 7. Dezember Fachkunde-Lehrerseminar, Berlin
- 7./8. Dezember AG Steuern, Hannover
- 12. Dezember Sitzung der Arbeitsgruppe Elektronisch Publizieren, Berlin
- 13. Dezember Sitzung der Arbeitsgruppe Multimedia, Berlin

Seminare und Kongresse der ZV

- 1. Dezember „Lokale Online-Vermarktung“, Köln

Impressum:

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger
Haus der Presse
Markgrafenstraße 15
10969 Berlin
Redaktion:
Erik Staschöfsky: staschoefsky@bdzv.de
Anja Pasquay: pasquay@bdzv.de
Internet: www.bdzv.de

