



Zeit(ungs)geschehen 2005/2006

Zeit(ungs)geschehen 2005/2006

Von Anja Pasquay

Chronik¹

Diese Chronik dokumentiert, was im Berichtszeitraum 2005/2006 für den BDZV bedeutsam war. Sie erhebt keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit.

1. August

Tabakwerbung bleibt in Deutschland vorerst erlaubt

Zum 1. August 2005 setzen fast alle Staaten das EU-weite Tabakwerbeverbot in Kraft. Der Bundesrat hat für Deutschland eine entsprechende Gesetzesvorlage abgelehnt. Als Begründung wird vorgetragen, dass die Bundesregierung eine Klage gegen das EU-Werbeverbot beim Europäischen Gerichtshof eingelegt hat. Deutschlandweit darf daher auch weiterhin Tabakwerbung in Zeitungen geschaltet werden. Bei einem Verbot von deutschen Printprodukten in Staaten, die ein Tabakwerbeverbot erlassen haben, besteht jedoch die Gefahr einer Rechtsverfolgung. Der BDZV kündigt an, seine Mitglieder bei möglichen Konfliktsfällen zu unterstützen. Es wäre nicht hinnehmbar, wenn eine rechtlich fragwürdige EU-Richtlinie dazu genutzt würde, die europäischen und deutschen Grundrechte der Presse auszuhöhlen.

10. August

Restriktionen der DFL gegen Sportjournalisten müssen weg!

Der BDZV fordert die Deutsche Fußball-Liga (DFL) auf, sämtliche Restriktionen gegen Sportjournalisten unverzüglich aufzuheben. Anlass für den Protest der Zeitungsverleger sind die Medienrichtlinien der DFL für die Saison 2005/2006. Das Regelwerk sieht unter anderem vor, dass Zeitungs- und Agenturjournalisten erst zehn Minuten nach Ende eines Bundesligaspiels in der so genannten Mixed-Zone die Spieler interviewen dürfen. Zuvor werden die Interviewwünsche von Fernsehen und Hörfunk bedient. Für die DFL gebe es offensichtlich Journalisten erster und zweiter Klasse, kritisiert der BDZV. Mit dieser Regelung behindere der Fußballverband die Arbeit der Zeitungsjournalisten in unzumutbarer Weise. Der BDZV beanstandet ferner die Einschränkungen des Bewegungsspielraums für Fotografen und das Verbot der Live-Berichterstattung im Internet in Form von Fotos und Texten. Zwei Wochen später ändert die Deutsche Fußball-Liga die Arbeitsbedingungen für Journalisten in den Mixed-Zonen der Bundesliga-Stadien als Reaktion auf die Pro-

teste von BDZV und Verband Deutscher Sportjournalisten wieder.

31. August

Heinz Gaßdorf 75

Heinz Gaßdorf, langjähriger Hauptvertriebsleiter und Mitglied der Verlagsleitung der WAZ-Gruppe in Essen, vollendet sein 75. Lebensjahr. Über die Tätigkeit für das Essener Unternehmen hinaus setzte Gaßdorf sich engagiert für die Interessen der gesamten Zeitungsbranche ein. So gehörte er mehr als 35 Jahre dem Vertriebsausschuss des BDZV an und stand diesem von 1991 bis 1997 vor. Die Umwandlung der Mar-

ketingorganisation Regionalpresse in Frankfurt am Main zur ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft hat Gaßdorf aktiv begleitet.

5. September

Marketing mit dem Presse-Grosso für die Gattung Zeitung

Unter dem Motto „Sie haben die Wahl – jeden Tag“ veranstaltet der Bundesverband Presse-Grosso (Köln) in Zusammenarbeit mit dem BDZV im Vorfeld der anstehenden Bundestagswahl eine Marketingaktion für die Gattung Zeitung im Pressehandel. Dabei erhalten bundesweit mehrere tausend Einzelhändler von den 78 im Bun-



Aktion für den Einzelhandel: ein gemeinsames Plakat von BDZV und Presse-Grosso zur Bundestagswahl.

1) Berichtszeitraum 1. August 2005 bis 31. Juli 2006

desverband zusammengeschlossenen Pressegroßhändlern Plakate mit einem eigens kreierten Motiv, das für die Zeitung am Kiosk werben soll. Dem Leser soll mit dieser Aktion vor Augen geführt werden, dass gerade die Zeitung in Zeiten des Wahlkampfs das Leitmedium ist und politische Orientierung durch Information, Hintergrundberichte und Meinung bietet.

13. September

Journalistenpreis der deutschen Zeitungen – Theodor-Wolff-Preis an fünf Journalisten
Vor einer Gefährdung der Pressefreiheit warnt der Vorsitzende des Kuratoriums für den Theodor-Wolff-Preis und Verleger des Bonner „General-Anzeigers“, Hermann Neusser, anlässlich der feierlichen Verleihung des Journalistenpreises der deutschen Zeitungen – Theodor-Wolff-Preis in der Berliner Ullstein-Halle. Gerade in Zei-



Schauspieler Otto Sander liest Ringelnatz und Kurt Tucholsky.

ten des Wahlkampfs seien „Versuche subtiler Instrumentalisierung der Presse immer wieder zu beobachten“. Die Funktion der Medien würde „grundsätzlich missverstanden, wenn die Verantwortlichen der Versuchung erlügen, an die Seite der Politiker zu treten, um bestimmte Projekte zu forcieren“. Neusser spricht ferner von einer anhaltenden Beschleunigung im Nachrichtenjournalismus. Mit dem Angebot großer Such-

maschinen im Internet habe die immer notwendige Debatte über die Zukunft des Journalismus eine neue Facette erhalten. Der „Rechner als Redakteur“ sei eine düstere Vorstellung. Der Chefredakteur der „Welt am Sonntag“, Christoph Keese, würdigt vor fast 300 Gästen aus Verlagen, Politik, Kultur und Wirtschaft den Namensgeber des Preises, Theodor Wolff. Keese zieht Parallelen von Wolff, der sich als blutjunger Auslandskorrespondent in Frankreich erste journalistische Meriten mit seinen Berichten über die Dreyfus-Affäre verdiente, zu den teils ebenfalls blutjungen Preisträgern des Jahres 2005. Anlässlich der Preisverleihung, für die die Axel Springer AG die Gastgeberrolle übernimmt, liest der Schauspieler Otto Sander Texte über Journalismus und Sprache von Kurt Tucholsky, Joachim Ringelnatz, Theodor Wolff und Karl Kraus.

Für ihre hervorragenden journalistischen Leistungen werden ausgezeichnet: Nicol Ljubic („Die Zeit“, Hamburg), Lara Fritzsche („Kölner Stadt-Anzeiger“), Horst von Buttlar („Financial Times Deutschland“, Hamburg), Waltraud Schwab („taz – die tageszeitung“, Berlin) und Wolfgang Görl („Süddeutsche Zeitung“, München).

13. September

Glückwünsche für BDZV-Präsident Heinen
Helmut Heinen habe bereits als frisch gebackener Vizepräsident im Jahr 1990 von sich reden gemacht, als er für ein effektives Papierrecycling eintrat, würdigt BDZV-Vizepräsident Richard Rebmann den Herausgeber der „Kölnischen Rundschau“ und heutigen BDZV-Präsidenten anlässlich seines 50. Geburtstags. Heinen habe sich dafür eingesetzt, über vernünftige Lösungen nachzudenken, und davor gewarnt, die Zei-



Festveranstaltung in Berlin: die Träger des Journalistenpreises der deutschen Zeitungen – Theodor-Wolff-Preis 2005.



BDZV-Vizepräsident Richard Rebmann (r.) und VHZV-Vorsitzender Wolfgang Maaß gratulieren BDZV-Präsident Helmut Heinen zum Geburtstag.

tungsverlage mit übereilten, dirigistischen Mitteln zur Rücknahme von Zeitungen zu zwingen. Tatsächlich sei es der Branche damals gelungen, sich mit dem Bundesumweltministerium auf eine Selbstverpflichtungserklärung zu einigen, die bis heute Bestand hat. BDZV-Präsident Helmut Heinen hatte bereits knapp einen Monat zuvor, am 19. August, sein 50. Lebensjahr vollendet. Der Herausgeber der „Kölnischen Rundschau“ und Geschäftsführer der Heinen-Verlag GmbH in Köln steht seit Mai 2000 an der Spitze der Verlegerorganisation.

26./27. September

Zeitungskongress 2005: Hände weg von der Pressefreiheit!

BDZV-Präsident Helmut Heinen übt deutliche Kritik an Eingriffen in die Pressefreiheit durch Abhöraktionen gegen Journalisten und Durch-

suchungen von Büros und Wohnräumen. Die jüngsten Ereignisse in Sachsen und Potsdam belegten, dass vor allem dann durchsucht und beschlagnahmt werde, wenn die Behörden undichte Stellen in den eigenen Reihen aufdecken wollen. Dieses Ziel allein rechtfertige jedoch keinen Eingriff in das hohe Gut der Pressefreiheit, warnt Heinen. Bundesinnenminister Otto Schily verteidigt dagegen vehement die staatsanwaltschaftliche Durchsuchung der Redaktionsräume des Monatsmagazins „Cicero“ und konstatiert, dass es ein Recht für Journalisten „auf Beihilfe zum Geheimnisverrat“ nicht gebe. Zugleich erneuert der Innenminister die Kritik von Bundeskanzler Schröder an der Wahlkampfberichterstattung der Medien. Nach seinem Eindruck habe es offene oder auch verdeckte Wahlkampfhilfe für die Opposition in den Medien gegeben. Damit löst Schily nicht nur bei den gut 500 an-



BDZV-Präsident Helmut Heinen (r.) und BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff (l.) begrüßen EU-Kommissarin Viviane Reding.



Löst mit seinen Thesen zur Pressefreiheit eine heftige Debatte aus: Innenminister Otto Schily.

wesenden Verlegern und Journalisten im Publikum, sondern auch bei den Diskutanten auf dem Podium empörten Widerspruch aus: Bodo Hombach, Geschäftsführer der WAZ-Mediengruppe in Essen; Valdo Lehari jr., Verleger des „Reutlinger General-Anzeigers“; und Heribert Prantl, Leiter des Ressorts Innenpolitik bei der „Süddeutschen Zeitung“ in München; streiten erbittert über das Recht auf Pressefreiheit und ihre zunehmende Begrenzung. Prantls Fazit: Aus seiner Sicht ist die Pressefreiheit ein „einbalsamiertes Grundrecht“, das nur noch „beinah aussieht wie lebendig“.

Die bei der EU-Kommission für Medienpolitik zuständige Kommissarin Viviane Reding versichert, dass es, solange sie im Amt sei, aus Brüssel keine Verbote für Werbung geben werde. Ferner

präzisiert sie ihre Pläne, die Beschränkungen für das Product-Placement im Fernsehen zu lockern. So könne sie sich vorstellen, die gezielte Platzierung von Markenprodukten bei fiktionalen TV-Sendungen zuzulassen, in Informationssendungen hingegen weiterhin zu verbieten. Der BDZV befürchtet hingegen, dass die Aufhebung der sauberen Trennung von Werbung und Programminhalten im Fernsehen die werbungstreibende Wirtschaft und Agenturen dazu verleiten werde, ähnliche Lockerungen auch von den Tageszeitungen zu verlangen. Die hohe Glaubwürdigkeit der Tageszeitungen sei eine der wichtigsten Qualitäten des Mediums, macht BDZV-Präsident Helmut Heinen deutlich. Erlaubtes Product-Placement werde diese Glaubwürdigkeit in allen Medien aufs Spiel setzen.

Beim Fachprogramm demonstriert Bengt Braun, CEO der schwedischen Bonnier-Gruppe, wie sich ein Zeitungshaus mit 200-jähriger Tradition dem wandelnden Markt erfolgreich anpasst. Inhalte würden heute auf allen Kanälen transportiert, damit habe das Unternehmen seine Reichweite durch Aktivitäten in Fernsehen und Hörfunk sowie im Internet erweitert und die Marke gestärkt. Um Erfolgsgeschichten aus Deutschland geht es im Impulsreferat von Klaus Josef Lutz, Geschäftsführer des Süddeutschen Verlags und der „Süddeutschen Zeitung“ in München, und in der anschließenden, von Christoph Keese, Chefredakteur der „Welt am Sonntag“, moderierten Podiumsrunde. Am Anfang standen „Mut und eine starke Marke“, erinnert sich Lutz an die Entscheidung seines Hauses, als erste den Versuch zu wagen, mit Zusatzgeschäften wie der „Süddeutsche Zeitung Bibliothek“ oder dem „Klavier Kaiser“ Kunden zu binden. Rainer Esser, Spre-

cher der Geschäftsführung von „Die Zeit“ in Hamburg, ist überzeugt, dass sich mit solchen Zusatzprodukten auch auf Jahre substanzielle Gewinne erzielen lassen. Das 20-bändige „Zeit“-Lexikon sei nur das erste hochwertige Produkt in einer Reihe geplanter Objekte. Michael Rümmele, Verlagsleiter des „Nordbayerischen Kuriers“ in Bayreuth, setzt auf die Kundenkarte als Kundenbindungssystem. Angesichts der hier anfallenden Daten gebe es noch ein riesiges Potenzial bisher nicht ausgeschöpfter Kundenansprache. Clemens Bauer, Vorsitzender der Geschäftsführung der Rheinisch-Bergischen Verlagsgesellschaft in Düsseldorf, sieht interessante Zusatzgeschäfte vor allen Dingen bei Postdienstleistungsangeboten und bei mobilen Informationen. Wenn Redakteure, Anzeigenverkäufer, Anzeigenkunden und Werbeagenturen mehr über die Arbeit des jeweils anderen wüssten, gäbe es noch häufiger als bisher richtig gute Anzeigen in der Zeitung. Das ist das Fazit der von der ZMG veranstalteten Podiumsdiskussion zum Thema „Kreative Nutzung des Werbemediums Zeitung“. „Wir sollten vielmehr miteinander reden“, stellen Bernhard Boll, Verleger des „Solinger Tageblatts“; Paul-Josef Raue, Chefredakteur der „Braunschweiger Zeitung“; Herman Waterkamp, Geschäftsführer und Kreativ-Direktor der Agentur Leagas Delaney in Hamburg; sowie Ivo Hoevel, Vice-President für das Brand Management des Telekommunikationsanbieters O2 in München; fest.

Beim Abend der Kommunikation im Museum für Kommunikation erinnert Dinnerspeaker Klaus Zumwinkel, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Post AG, die Festgäste kurz und heiter an Dinge, die Post und Zeitungen derzeit trennen –

wie das Direktmarketingangebot „Einkauf aktuell“ oder die Konkurrenz bei der Postdienstleistung – und an Dinge, die sie einen – wie die Deutsche Post als wichtiger Anzeigenkunde der Zeitungen und als Vertriebspartner für die Pressepost.

26. September

Übersichtlich, klar und schnell – neuer Internetauftritt

Zum Zeitungskongress schaltet der BDZV seinen neuen Internetauftritt frei. Es gibt ein klares Farbleitsystem für die Rubriken Aktuell/Markttrends und Daten/Recht und Politik/Zeitungen online/Veranstaltungen und Termine/Über den BDZV. Zusätzliche Anwendungen ermöglichen es, einen Text als E-Mail zu versenden, daraus eine PDF-Datei herzustellen oder ihn auszudrucken. Eine komfortable Suchfunktion erleichtert die Recherche entweder über den gesamten Auftritt oder in spezifizierten Inhalten. Die Website hat wie bisher auch Archivcharakter, so sind beispielsweise alle Ausgaben des BDZV-Branchendienstes „BDZV Intern“ zurück bis 1997 durchsuchbar.

26. September

Politik orange – Junge Zeitungsmacher schnuppern Kongressluft

„Politik orange“ heißt die 18 Seiten starke Kongresszeitung, die zwölf Vertreter der „Jugendpresse Deutschland“ beim Zeitungskongress in Berlin erstellen. Live dabei und unter den Augen der Teilnehmer recherchieren die jungen Leute, die ihre ersten journalistischen Meriten als Redakteure von Schülerzeitungen erworben haben. Die „Jugendpresse Deutschland“ ist die Dach-



Redakteure der Jugendpresse Deutschland produzieren für die Teilnehmer am Zeitungskongress mitten im Tagungsgeschehen eine aktuelle Zeitung, „politik orange“.

organisation zahlreicher regionaler Schülerzeitungsverbände; „Politik orange“ erscheint in unregelmäßigen Abständen in einer Auflage von 20.000 Exemplaren.

29. September

Tarifverhandlungen: bestehende Strukturen kritisch prüfen

Bei der ersten Verhandlungsrunde über einen neuen Gehaltstarifvertrag (GTV) für Redakteure an Tageszeitungen in Düsseldorf hebt der BDZV hervor, dass es das Ziel sein müsse, den Flächentarifvertrag langfristig zu sichern. Es werde darauf ankommen, mit sinnvollen Lösungen eine verlässliche tarifliche Orientierung für die Zukunft von Mitarbeitern und Unternehmen auf den Weg zu bringen, erklärt BDZV-Verhandlungsführer Werner Hundhausen. Die bestehenden Struktu-

ren im GTV – insbesondere die Berufsjahrestafel – müsse kritisch überprüft werden.

6. Oktober

Karlheinz Röthemeier 65

Der rheinland-pfälzische Ministerpräsident Kurt Beck würdigt BDZV-Vizepräsident Karlheinz Röthemeier als eine „regional wie bundesweit herausragende Verlegerpersönlichkeit“. Anlass ist der 65. Geburtstag des langjährigen Sprechers der Geschäftsführung der Verlagsgruppe Rhein Main GmbH & Co. KG in Mainz. Beck zeichnet Röthemeier für dessen Engagement um das kulturelle und soziale Leben der Region mit dem Verdienstorden des Landes aus; eine weitere Ehrung gibt es vom Mainzer Oberbürgermeister Jens Beutel, der dem Jubilar für sein wirtschaftliches Wirken in Mainz und Rheinhessen

die städtische Deninger-Plakette überreicht. BDZV-Präsident Helmut Heinen betont in seiner Laudatio, dass Röthemeier, wann immer es um Marketingfragen oder Analysen der deutschen Presselandschaft ging, ein gefragter Gesprächspartner gewesen sei – und dies auch bleiben werde. Röthemeier hat sich über die Tätigkeit für das eigene Haus hinaus in zahlreichen Ehrenämtern für die Branche engagiert, unter anderem ist er Vizepräsident des BDZV, Vorsitzender des Aufsichtsrats der ZMG, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Deutschen Presse-Agentur (dpa) in Hamburg und – als Nachfolger von Helmut Heinen – Mitglied im Vorstand der Stiftung Lesen in Mainz, ferner Mitglied im Präsidium des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) und stellvertretender Vorsitzender im Verwaltungsrat der IVW sowie Mitglied in mehreren Gremien des deutschen Industrie- und Handelskammertags.

6. Oktober

Fall „Cicero“: BDZV-Präsident Heinen kritisiert Bundesinnenminister Schily

BDZV-Präsident Heinen kritisiert Bundesinnenminister Otto Schily im Zusammenhang mit der Durchsichtung der Zeitschrift „Cicero“ erneut scharf. Es sei besorgniserregend, dass der Bundesinnenminister diese Durchsichtigungsaktion in Potsdam in keiner Weise für problematisch halte, sondern meine, die Zeitungsverleger auch noch belehren zu müssen, sagt der BDZV-Präsident in einem Interview. Er sehe ganz eindeutig die Tendenz, dass es bei Beschlagnahmen in Redaktionsräumen nicht darum gehe, substanziellen Verbrechen von Journalisten auf die Spur zu kommen, sondern dass die deutsche Justiz

immer dann zum Mittel der Durchsichtung greife, „wenn es ihr darum geht, undichte Stellen im Staatsapparat ausfindig zu machen“.

6. Oktober

ACTA 2005

Das Internet gewinnt als Informationsquelle der Bevölkerung kontinuierlich an Bedeutung. Allerdings bleibt der Kreis, der regelmäßig aktuelle Informationen über Politik, Wirtschaft, Sport oder Kultur aus dem Netz bezieht, „eng begrenzt“. Das ergibt die jüngste Allensbacher Computer- und Technik-Analyse (ACTA) 2005. Danach nutzen zwar bereits 38 Prozent der Bevölkerung zwischen 14 und 64 Jahren aktuelle politische Informationen online, jedoch unverändert nur knapp neun Prozent häufiger oder regelmäßig. Damit ist das Internet aus Sicht der ACTA „das Medium der gezielten Informationssuche, das in der Regel ein aktiviertes und strukturiertes Informationsinteresse voraussetzt“.

13. Oktober

Zeitungswbsites reichweitenstärkste Content-Anbieter

Die in der Online Marketing Service GmbH & Co. KG (OMS) vertretenen Zeitungswbsites behaupten auch in der zweiten Erhebungswelle der Online-Reichweitenstudie „internet facts“ der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) ihre führende Position unter den Content-Anbietern. Mit 6,33 Millionen Nutzern pro Monat gewinnt die OMS im Vergleich zur ersten Welle im März 2005 730.000 Unique User hinzu und liegt damit weiterhin vor RTL mit nunmehr 6,08 Millionen Nutzern (März: 5,55 Millionen). Reichweitenstärker als die Online-Angebote der Re-

gionalzeitungen sind nur die großen Portale, E-Mail-Anbieter und Suchmaschinen.

17. Oktober

IQ-Forum zur Schleichwerbung: Druck auf Medien nimmt zu

„Unser Medium lebt von der Glaubwürdigkeit“, erklärt Clemens Bauer, Vorsitzender des Zeitungsverleger Verbands Nordrhein-Westfalen (ZVNRW) und Vorsitzender der Geschäftsführung der Rheinisch-Bergischen Verlagsgesellschaft in Düsseldorf, beim Herbstforum der Initiative Qualität (IQ) und des Deutschen Presserats in Berlin. Eine Lockerung der gesetzlichen Regeln für Product-Placement, wie sie derzeit die EU plane, lehne er deshalb ab. Zuschauer und Leser dürften nicht in die Irre geführt werden. Bauer verweist auf die klaren Regelungen,



Zuschauer und Leser dürfen nicht in die Irre geführt werden, fordert Clemens Bauer beim Forum IQ.

die der Deutsche Presserat in der Ziffer 7 seines Pressekodex zum Trennungsgebot von Anzeigen und redaktionellem Teil getroffen hat. „Wir brauchen ein paar Leuchttürme, an denen man sich orientieren kann“, fordert er. Dies seien beispielsweise die Zeitungen. Der Schutz vor Schleichwerbung sei eine Gemeinschaftsaufgabe von Verlag und Redaktion.

20. Oktober

Medienkonsum der Deutschen wächst

Der Medienkonsum der Deutschen steigt weiter an: Im Jahr 2005 verbringt jeder Bundesbürger insgesamt zehn Stunden täglich mit den Medien. Im Jahr 2000 waren es noch achteinhalb Stunden. Das sind erste Ergebnisse aus der neunten Welle der Studie „Massenkommunikation“, die die ARD/ZDF-Medienkommission in Auftrag gibt. Danach hört jeder Deutsche im Alter ab 14 Jahren täglich drei Stunden und 41 Minuten Radio und sieht drei Stunden und 40 Minuten fern. Die Internetnutzung hat sich seit der letzten Erhebung verdreifacht und liegt mit 44 Minuten gleichauf mit dem Hören von Musik über CD, Kassette und MP3-Player. Die Tageszeitung wird täglich 28 Minuten gelesen, Bücher 25 Minuten und Zeitschriften zwölf Minuten. Aus diesen Daten ergibt sich, dass das neue Medium Internet die alten nicht verdrängt hat, vielmehr kann die Zeit für neue Medien zum bisherigen Konsum hinzu addiert werden. Ferner gibt es, so die Medienforscher von ARD und ZDF, „klare Aufgabenzuweisungen“ für die untersuchten Medien: Tageszeitung und Internet seien für die Information zuständig, das Fernsehen für Information und Unterhaltung, das Radio als „Tagesbegleiter“ und „Stimmungsmodulator“.

26. Oktober

Medientage mit Printgipfel: Finanzinvestoren im Fokus

Ist das erstmalige Engagement einer anglo-amerikanischen Finanzinvestorengruppe am deutschen Zeitungsmarkt ein Kulturbruch und des Teufels – oder bedeutet das fremde Geld nicht auch eine Chance für die Branche? Diese Frage steht, ausgelöst durch den Verkauf der „Berliner Zeitung“, im Mittelpunkt des Printgipfels, den BDZV und Verband Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV) gemeinsam bei den Münchner Medientagen ausrichten. „Für uns war das eine traurige Woche, weil wir zu Kenntnis nehmen mussten, dass uns das geplante zukunftsfähige Konstrukt von ‚Berliner Zeitung‘ und ‚Tagesspiegel‘ in Berlin nicht gelungen ist“, sagt Michael Grabner, stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung Verlagsgruppe Georg von

Holtzbrinck (Stuttgart). Als „grundsätzlich positiv“ bewertet Dirk Ippen, Herausgeber und Geschäftsführer des „Münchner Merkurs“, ein ausländisches Investment am deutschen Zeitungsmarkt. Allerdings gehöre er einer Verlegergeneration an, die immer auch die publizistische Aufgabe in den Mittelpunkt ihrer Arbeit stelle. Dies müssten die Mecom Group und Veronis Suhler Stevenson erst noch beweisen. Auch Helge-Jörg Volkenand, Verlagskoordinator und Geschäftsführer des Burda Publishing Centers (München), erwartet einen „positiven Effekt“, weil die Investoren an die Zukunft der Zeitung glaubten. Hans Werner Kilz, Chefredakteur der „Süddeutschen Zeitung“ in München, warnt vor radikalen Einsparungen als Mittel, hohe Renditen zu erzielen. „Sparen heißt immer auch Qualitätsverlust.“ Ähnlich argumentiert Claus Strunz, Chefredakteur der „Bild am Sonntag“ (Hamburg). Die Vorstellung, dass man auf Dauer mit einer

Tageszeitung sehr viel Geld mit einer Minimalzahl von Redakteuren verdienen könne, sei absurd. Martin Kall, Vorsitzender der Geschäftsführung der Tamedia AG (Zürich) berichtet, dass in der Schweiz sehr genau beobachtet werde, wie in Deutschland ausländische Investoren behandelt würden, die in das Land investieren wollten. Die Diskussion über „Heuschrecken“ habe einen verheerenden Eindruck gemacht.

Die Innovationskraft der deutschen Zeitungen würdigen der Vorsitzende des VBZV und Verleger des „Straubinger Tagblatts“, Hermann Balle, und der bayerische Kultusminister Siegfried Schneider. Permanent würden neue Produkte entwickelt, neue Märkte eröffnet und neue Geschäftsfelder erschlossen. Daneben lobt Schneider insbesondere die Leseförderungsprojekte der Zeitungen in den Schulen; dies solle in den kommenden Jahren möglichst noch intensiviert werden.

In zwei Panels zu erfolgreichen journalistischen Produkten im Internet und der Rückeroberung der Rubrikenmärkte diskutieren: Michael Maier, Chefredakteur der „Netzeitung“ (Berlin); Oliver Bargfeld, Geschäftsführer RP-Online und Leiter Produkt- und Markenentwicklung bei der „Rheinischen Post“ (Düsseldorf); sowie Georg Hesse, Geschäftsführer OMS Online Marketing Service GmbH (Düsseldorf); und Manfred Neufang, Geschäftsführer Wikibuy (Freiburg); Klaus Abele, Geschäftsführer der ISA (München); Philip Schulte, Geschäftsführer der Immonet GmbH (Hamburg); und Stefan Hilscher, Arbeitsgemeinschaft Bayerischer Verlage (Augsburg). Die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft präsentiert bei den Medientagen den richtigen Mediamix mit „Einfach Zeitung!“.

2. November

Heinen: Werbeverbote sind Denkverbote

Werbeverbote sind kein geeignetes Instrument zum Verbraucherschutz. Werbeverbote sind Denkverbote. Das erklärt BDZV-Präsident Helmut Heinen anlässlich der Vortragsveranstaltung zum Thema „Freiräume der Kommunikation“ des Verbands der Cigarettenindustrie (VDC) in Berlin. Wenn die Kommission in Brüssel tatsächlich der Auffassung sei, dass Tabakprodukte gesundheitsschädigend sind, müsste sie konsequenter Weise Zigarren und Zigaretten nur noch auf staatliche Einzelgenehmigung ausgeben oder komplett verbieten, erklärt Heinen ironisch. Stattdessen werde einmal mehr die Werbung als Sündenbock für gesellschaftliche und soziale Fehlentwicklungen missbraucht. Obendrein beschädigten Werbeverbote das wirtschaftliche Fundament der Presse, die nun einmal auf Einnahmen aus der Werbung angewiesen sei. Der BDZV-Präsident weist ferner darauf hin, dass die deutsche Presse sich im Werblichen wie im Redaktionellen Selbstverpflichtungen auferlegt habe, die vom Deutschen Werberat und vom Deutschen Presserat überwacht würden. Ein Gremium in Brüssel, das detailliert vorschreibe, welche Elemente in einer Anzeige enthalten sein müssten und welche nicht, sei daher vollkommen überflüssig.

4. November

Valdo Lehari jr. zum ENPA-Vizepräsidenten gewählt

Die Pläne der EU-Kommission, Product-Placement im Fernsehen künftig zuzulassen, kritisiert der Reutlinger Verleger Valdo Lehari jr. anläss-



Was bedeutet das Engagement von Finanzinvestoren für den deutschen Zeitungsmarkt? Darüber diskutieren beim Printgipfel während der Medientage München (v.l.n.r.) Michael Grabner, Claus Strunz, Martin Kall, Frank Thomsen (Moderation), Hans Werner Kilz, Helge-Jörg Volkenand und Dirk Ippen.

lich seiner Wahl zum Vizepräsidenten des Europäischen Zeitungsverlegerverbands (ENPA) in Wien scharf. Es sei grotesk, sagt Lehari, dass innerhalb der EU-Kommission einerseits Product-Placement befürwortet werde und gleichzeitig die reguläre Werbung immer stärker eingeschränkt und sogar verboten werde. Eine solche Politik gefährde die Kommunikationsfreiheit und entziehe den Medien die wirtschaftliche Grundlage für publizistische Leistung.

6. November

Florian Lensing-Wolff 75

Florian Lensing-Wolff, Herausgeber der in Dortmund erscheinenden „Ruhr Nachrichten“, vollendet sein 75. Lebensjahr. Lensing-Wolff steht seit 40 Jahren an der Spitze des Unternehmens. Bis zum Jahr 2000 war er auch Chefredakteur der Zeitung. Neben der Tätigkeit für das eigene Unternehmen hat sich Florian Lensing-Wolff stets für die gemeinsamen Interessen der Branche engagiert. So war er mehr als 30 Jahre lang Mitglied des Aufsichtsrats der Deutschen Presse-Agentur und vertrat die Interessen der deutschen Zeitungsverleger im Europäischen Zeitungsverlegerverband ENPA.

8. November

Leserforschung – Pflichtprogramm für jede Zeitung

Über die Möglichkeiten und Grenzen der Leserforschung diskutieren bei einem Fachtag des BDZV in Berlin rund 90 Teilnehmer: Dabei konstatieren Michaela Maier, Juniorprofessorin an der Universität Koblenz-Landau, und Hans-Jürgen Hippler, Leiter Forschung bei der ZMG, ei-

nen Forschungsboom für die vergangenen zehn Jahre, der zu einer Vielzahl von Relaunches geführt habe. Werner Schwarzwälder, langjähriger Chefredakteur des „Südkuriers“ in Konstanz, und Meinungsforscher Rüdiger Schulz vom Institut für Demoskopie Allensbach, beschreiben am praktischen Beispiel „Südkurier“, wie sich ein Layout unter Einbindung der Leser erfolgreich verändern lässt – und was nicht funktioniert. Verschiedene Methoden der Leserforschung demonstrieren Günter Rager vom mct media consulting team (Dortmund), Hermann-Josef Seggewiß, Chefredakteur der „Fuldaer Zeitung“, und Axel Frick, Geschäftsführer der „Neuen Westfälischen“ in Bielefeld. Nicht nur für elektronische Medien, auch für die Zeitung lässt sich eine tägliche „Quote“ ermitteln. Das von Carlo Imboden entwickelte Verfahren „ReaderScan“ zur Reichweitenmessung einzelner Artikel und seine Verwertung in den Redaktionen erläutern Hendrik Munsberg, stellvertretender Chefredakteur der „Berliner Zeitung“, und Hans-Peter Buschheuer, Chefredakteur des „Berliner Kuriers“.

9. November

400 Jahre Zeitung – Ausstellung in Düsseldorf

Zeitungen sind der mit Abstand beliebteste Lesestoff. 75 Prozent der Deutschen informieren sich täglich durch Zeitungslektüre. Mit diesen Worten zur Bedeutung des Lesens eröffnet Clemens Bauer, Vorsitzender des Zeitungsverleger Verbands Nordrhein-Westfalen (ZVNRW) und Vorsitzender der Geschäftsführung der Rheinisch-Bergischen Verlagsgesellschaft, die Aus-

stellung „Lust auf Zeitung“. Sie wird im Foyer des nordrhein-westfälischen Landtags in Düsseldorf gezeigt und zieht mehr als 3.000 Besucher an, darunter zahlreiche Schulklassen. Anlass der Ausstellung ist das Erscheinen der ersten periodisch veröffentlichten Zeitung in gedruckter Form vor 400 Jahren, der „Relation“.

10. November

400 Jahre Zeitung – Geburtstagsparty in Berlin

„Ohne Zeitung keine Aufklärung, keine Meinungsfreiheit, keine Demokratie“, würdigt BDZV-Präsident Helmut Heinen die bahnbrechende Erfindung des Druckers Johann Carolus im Straßburg des Jahres 1605. Vor knapp 250 Gästen

aus Verlagen, Wissenschaft und Politik richtet der BDZV-Präsident den Blick aber auch auf die Gegenwart: Die Zeitungsverleger seien auf vielen Feldern gefordert, erinnert Heinen beispielsweise an Auseinandersetzungen um EU-weite oder nationale Werbeverbote sowie die in jüngster Zeit bedenklich zunehmende Neigung von Staatsanwaltschaften zu Redaktionsdurchsuchungen aus „häufig nichtigen Gründen“. Festredner Ernst Elitz, Intendant des Deutschland-Radios, fordert in seinem amüsanten Zwischenruf auf das 400 Jahre alte Geburtstagskind: „Achte den Leser, gönne ihm ab und zu einen originellen Gedanken.“ Dabei singt Elitz das hohe Lob des Lokaljournalisten. Nichts sei einfacher, als einen Kommentar zum Irakkrieg zu schreiben



Geburtstagsparty für die Zeitung – und viele Gäste feiern mit im Berliner „Haus der Presse“. Links auf der Treppe Festredner Ernst Elitz, der unter anderem ein Loblied auf die Lokalredaktionen singt.

oder den Rücktritt des Bundeskanzlers zu fordern. Aber als Lokaljournalist einem Stadtrat oder Bürgermeister Fehlverhalten nachzuweisen, das sei die wahre Herausforderung des Journalismus. Die Geburtstagsparty im „Haus der Presse“ findet im Rahmen der Berliner Zeitungskonferenz statt, die die Staatsbibliothek zu Berlin Preußischer Kulturbesitz in Kooperation mit der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften und dem BDZV in Berlin veranstaltet.

23. November

Studie: Handelsregisteranzeigen in der Zeitung unverzichtbar

Die große Mehrheit der Unternehmen in Deutschland hält die Handelsregisteranzeigen in der Zeitung für unverzichtbar. Für zwei Drittel der Entscheider in den Bereichen Handel, Handwerk, Dienstleistung und Herstellung ist die Pflichtveröffentlichung von Handelsregisteranzeigen in der Zeitung sinnvoll. Die Ergebnisse der vom Hamburger Institut BIK Umfrageforschung GmbH vorgelegten, repräsentativen Studie bestätigen, welche hohe Relevanz die Handelsregisteranzeigen insbesondere für mittelständische Unternehmen haben, erklärt der BDZV in Berlin. Für die von den Zeitungsverlegern in Auftrag gegebene Studie waren bundesweit 1.400 Unternehmensentscheider befragt worden.

24. November

Justizbehörden missachten Prinzip der Verhältnismäßigkeit

Durchsuchungen von Redaktionen gehörten zwar nicht zum Alltag, seien aber häufig zu beklagen, erklärt BDZV-Vizepräsident Kay E. Sattelmair bei

der Anhörung der FDP-Bundestagsfraktion zum Thema „Pressefreiheit – Schranken und Schutzbereich des Redaktionsgeheimnisses“ in Berlin. Das Motiv sei, so Sattelmair, immer das gleiche: „Die Staatsanwaltschaft gibt vor, die Durchsuchung sei zur Aufklärung von Straftaten unumgänglich.“ Der BDZV-Vizepräsident wie auch der Justiziar des Deutschen Journalisten-Verbands, Benno Pöppelmann, kritisieren mit Blick auf die Durchsuchung der Redaktionsräume des Magazins „Cicero“ in Potsdam übereinstimmend, dass die Justizbehörden „die Verhältnismäßigkeit nicht beachtet“ hätten. Sie plädieren für eine Änderung des Paragraphen 97 der Strafprozessordnung.

25. November

Goldene Feder der Freiheit für Akbar Ganji

Akbar Ganji, einer der führenden investigativen Journalisten im Iran, wird mit der Goldenen Feder der Freiheit ausgezeichnet. Der Weltverband der Zeitungen (WAN) in Paris würdigt damit Ganjis „weltweit beachteten Kampf für die Meinungsfreiheit“ im Iran. Sein Widerstand gegen Unterdrückung und seine Weigerung, sich – trotz großer persönlicher Opfer – zum Schweigen bringen zu lassen, seien vorbildlich für Journalisten in aller Welt.

28. November

Verlegerverbände:

EU will Presse ans Gängelband nehmen

Die Achtung der kulturellen Vielfalt in einem vereinten Europa fordert BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff bei einer gemeinsamen Pressekonzferenz von BDZV und Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) im Vorfeld der Ver-

handlungen über die Klage der Bundesrepublik Deutschland gegen das von der EU verhängte Tabakwerbeverbot ein. Sollte der Europäische Gerichtshof (EuGH) der Klage der Bundesrepublik nicht folgen, würde künftigen Eingriffen der EU in nationale Zuständigkeiten Tür und Tor geöffnet. Auf die fatalen Folgen von Werbeverboten für Marktwirtschaft und Demokratie weist VDZ-Geschäftsführer Wolfgang Fürstner hin. BDZV und VDZ machen deutlich, dass Presseprodukte nationale Kulturgüter sind, die vorwiegend auch national vertrieben werden. Deshalb sei es absurd, wenn die EU-Kommission bei Zeitungen und Zeitschriften von grenzübergreifenden Wirtschaftsgütern spreche, um damit zu legitimieren, dass sie die Medien ans Gängelband nehmen wolle. Manfred Parteina, Geschäftsführer beim Zentralverband der Werbewirtschaft (ZAW), befürchtet, dass Brüssel sich künftig über nationale Kompetenzen insbesondere im Bereich der Gesundheitspolitik mit Werberestriktionen hinwegsetzen könne, falls der EuGH die Tabakrichtlinie für rechtens erkläre. Der Verband Privater Rundfunk und Telemedien, vertreten durch Daniela Beaujean, Referentin für Medienpolitik, hofft, dass die anstehende Entscheidung des EuGH die Diskussion zu weiteren Werbeverboten hinfällig macht. Auch aus Sicht des Bundesverbands der Deutschen Industrie geht die Tabakwerbeverbotrichtlinie weit über die Kompetenzen hinaus, die die Binnenmarktklausel des EG-Vertrags der Europäischen Union zugesteht. Da Printmedien fast ausschließlich im Inland vertrieben würden, wirke sich Tabakwerbung in diesen Medien nicht auf den Binnenmarkt aus, macht Iris Plöger, Referentin für Recht und Wettbewerbspolitik, deutlich.

2. Dezember

Wichtiger Teilerfolg des BDZV beim Weltfußballverband

Das Maskottchen der Fußballweltmeisterschaft 2006 „Goleo VI“, das WM-Logo und der WMPokal dürfen zur Illustration redaktioneller Beiträge auf den Titelseiten der Zeitungen abgebildet werden. Außerdem dürfen die WM-Marken als Gestaltungselement im Sportteil der Zeitungen verwendet werden. Hierauf einigen sich der BDZV und der Weltfußballverband FIFA in den seit Monaten laufenden und vom Weltverband der Zeitungen WAN unterstützten Verhandlungen. „Mit der Freigabe der WM-Symbole hat die FIFA anerkannt, welchen hohen Stellenwert die Berichterstattung der Zeitungen für die WM 2006 in Deutschland hat“, erklärt BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff. Im Bereich der Fotoberichterstattung müssten allerdings noch Hindernisse beseitigt werden. So schreibt die FIFA in ihren Akkreditierungsregeln für Journalisten vor, wann und wieviele Fotos von Online-Medien veröffentlicht werden dürfen. Ferner gibt es Vorschriften für die Gestaltung der Fotos in den Printmedien. „Solche Eingriffe in die redaktionelle Arbeit sind mit unserem Verständnis von Journalismus nicht zu vereinbaren“, versichert Wolff.

14. Dezember

Tageszeitung am Morgen meistgenutztes Informationsmedium

Bei der Frage nach Glaubwürdigkeit und Seriosität liegt das nationale Hörfunkprogramm DeutschlandRadio Kultur/Deutschlandfunk ganz vorne. Wer am Morgen jedoch wissen will, was los ist,

blickt zuerst in die regionale Tageszeitung. Das ist das Ergebnis einer Befragung unter Politikern, Journalisten, Wirtschaftsmanagern und Führungskräften im Bereich Kultur, die das Meinungsforschungsinstitut TNS Emnid im Auftrag von DeutschlandRadio Kultur durchgeführt hat. Danach nutzen 77 Prozent der Befragten die regionale Tageszeitung am Morgen „häufig“ zu Informationszwecken; die überregionalen Tageszeitungen folgen mit 66 Prozent. Die übrigen Medien liegen zum Teil weit darunter.

14. Dezember

Handelsregisteranzeigen:

Verleger kritisieren Kabinettschluss

Als „Schlag gegen die Interessen der Bürger und insbesondere der mittelständischen Wirtschaft“ kritisiert der BDZV den vom Bundeskabinett verabschiedeten Gesetzentwurf, wonach die Pflichtveröffentlichung von Handelsregisteranzeigen künftig wegfallen soll. Die bundesweite Pflichtpublizität endet danach am 1. Januar 2007, über eine eventuelle Verlängerung bis 2009 sollen die einzelnen Bundesländer entscheiden, spätestens Ende 2009 sollen die Handelsregisterinformationen nur noch über eine staatliche Internetplattform erreichbar sein. „Mit dieser Vorstellung hat sich die zuständige Justizministerin ohne jede Notwendigkeit gegen das öffentliche Interesse gestellt“, erklärt der BDZV. Es sei überraschend, dass der Gesetzgeber das breit genutzte und sichere, privatwirtschaftlich arbeitende System der Zeitungen zugunsten eines staatlichen Monopols aufgeben wolle. Es gehe nicht darum, die Möglichkeiten des Internets bei der Veröffentlichung von Handelsregisteranzei-

gen zu behindern, erläutert der BDZV. Vielmehr liege die Herausforderung darin, gedruckte Informationen und Online-Inhalte miteinander zu verknüpfen. Genau dies werde von immer mehr Zeitungen geleistet.

5. Januar

Verfassungsbeschwerde gegen DFL

Die privaten Hörfunkanbieter ziehen im Streit mit der Deutschen Fußball-Liga (DFL) um Lizenzgebühren vor das höchste deutsche Gericht: Das Bundesverfassungsgericht bestätigt den Eingang einer Verfassungsbeschwerde von Radio Hamburg. Anlass ist die Forderung der DFL nach Gebühren für Radioübertragungen aus Fußballstadien. Die privaten Sender sehen das Grundrecht auf Rundfunkfreiheit verletzt. Zuvor hatte Radio Hamburg vor dem Bundesgerichtshof in dieser Sache verloren. Der Sender streitet seit 2001 – stellvertretend für die im Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) vertretenen privaten Hörfunksender – gegen die DFL und gegen die Fußballvereine Hamburger SV und FC St. Pauli. Der BGH hatte im November 2005 entschieden, dass Bundesligavereine für Radioreportagen aus ihren Fußballstadien ein besonderes Entgelt von den Sendern fordern dürfen. Der Kartellsenat hatte dabei auf das Hausrecht der Vereine verwiesen.

18. Januar

Karikaturenpreis der deutschen Zeitungen an Reiner Schwalme

Reiner Schwalme ist der Träger des mit 5.000 Euro dotierten Karikaturenpreises der deutschen Zeitungen, den der BDZV zum sechsten Mal aus-



BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff (l.) mit Preisträger Reiner Schwalme, Karikaturist unter anderem für die „Sächsische Zeitung“ (Dresden) und den Berliner „Tagesspiegel“.

geschrieben hat. Die Auszeichnung wird anlässlich der Ausstellung „Rückblende 2005“ in der rheinland-pfälzischen Landesvertretung in Berlin übergeben. Erfolgreich ist Schwalme mit einer Karikatur für die „Sächsische Zeitung“ in Dresden. Platz zwei geht an Frank Hoppmann und das „Handelsblatt“ (Düsseldorf); dritter Preisträger ist Gerhard Mester mit einer in der „Thüringer Allgemeinen“ (Erfurt) erschienenen Karikatur. Den Preis für die beste politische Fotografie des Jahres 2005 erhält Christian Langbehn (Action Press). Von Berlin aus wird die „Rückblende“ mit 50 Karikaturen und 100 Fotos auf Reisen nach Bonn, Hamburg, Brüssel, Leipzig und Trier gehen.

29. Januar

Rolf Terheyden 80. Geburtstag

Rolf Terheyden, Ehrenmitglied des BDZV-Präsidiums, vollendet sein 80. Lebensjahr. Acht Jahre lang, von 1984 bis 1992, stand der Altverleger des „Bocholter/Borkener Volksblatts“ an der Spitze des Verbands. Dem Präsidium des BDZV gehörte Terheyden bereits seit 1976 an. Prägend für die verbandliche Arbeit Terheydens war insbesondere sein großes Engagement für die Erhaltung einer vielfältigen Zeitungslandschaft. Nach dem Ende der DDR war er maßgeblich am Aufbau eines freien Pressewesens und der Gründung von Verlegerverbänden in Ostdeutschland

beteiligt. Daneben lagen ihm die Heranführung der Jugend an die Zeitung mit Maßnahmen zur Leseförderung sowie die Aus- und Weiterbildung von Journalisten am Herzen. Als langjähriger Vorsitzender des Kuratoriums für den Theodor-Wolff-Preis setzte Terheyden sich insbesondere für hohe Qualitätsstandards im Lokaljournalismus ein. Für seine Verdienste um die deutsche Presse ist Rolf Terheyden mit dem Großen Bundesverdienstkreuz mit Stern ausgezeichnet worden.

15. Februar

BDZV-Chefredateursgespräch zum Thema „ReaderScan“

Die „Macht der Daten“ würdigt Norbert Tiemann, Chefredakteur der „Westfälischen Nachrichten“ in Münster, bei seiner Präsentation aktueller Leserforschungsergebnisse mit dem „Reader-

Scan“. „Eigentlich wussten wir das alles vorher, aber jetzt können wir es beweisen.“ Beim Chefredateursgespräch im „Haus der Presse“ stehen die Erfahrungen verschiedener Zeitungen mit diesem jüngsten Leserforschungstool des Schweizers Carlo Imboden im Mittelpunkt. Welchen Einfluss „ReaderScan“ auf die Arbeit in der Redaktion hat und welche Konsequenzen sich aus den täglichen Quoten ziehen lassen können, darüber berichten neben Tiemann auch Joachim Frank, stellvertretender Chefredakteur des „Kölner Stadt-Anzeigers“, und Uwe Vorkötter, Chefredakteur der „Berliner Zeitung“. Ihr Fazit: Wer die digitale Quotenmessung zur Kostendämpfung einsetzen möchte, wird scheitern. Vielmehr sei „ReaderScan“ ein Mittel zur Qualitätsverbesserung, das nur durch die Mitarbeit der Redakteure seine Wirkung entfalte.



Spannendes Thema beim Chefredateurstreffen: die Einsatzmöglichkeiten von „ReaderScan“. Unser Bild zeigt v.l.n.r. Uwe Vorkötter, Hans-Joachim Fuhrmann (Moderation), Norbert Tiemann und Joachim Frank.



Findet nicht nur deutschlandweit, sondern auch international Nachahmer, die Idee der Kinder-Uni von Ulla Steuernagel (Mitte) und Ulrich Janßen (l.), rechts mit Anja Pasquay (Moderation).

20. Februar

Zeitungsverleger gegen neue Belastungen bei Zustellern

Die Pläne der Bundesregierung, die Pauschalabgabe bei den geringfügigen Beschäftigungsverhältnissen zu erhöhen, stoßen bei den Zeitungsverlegern auf Kritik. Es sei völlig widersinnig, wenn die Bundesregierung einerseits propagiere, die Lohnnebenkosten zu senken, und sie andererseits für ein Segment des Arbeitsmarkts drastisch erhöhe, erläutert der BDZV. Bereits heute sei die Pauschalabgabe bei den so genannten Minijobs höher als der Arbeitgeberanteil zur Sozialversicherung bei versicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnissen. Mit solchen Aktionen würden sämtliche Bemühungen, den wirtschaftlichen Aufschwung zu beschleunigen und damit die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands zu erhöhen, konterkariert.

21./22. Februar

Aus Kindern Leser machen

Eine eigene Zeitung für Kinder, separate Seiten, eine Beilage oder eine kinderfreundliche Ausgabe – es gibt zahlreiche Ideen, um die jüngsten Leser für das Medium zu gewinnen. Einige besonders bemerkenswerte Beispiele werden beim ersten Fachtag „Kinder und Zeitung“ des BDZV in Berlin präsentiert. Vor rund 90 Teilnehmern stellt gleichsam als wissenschaftliche Grundlage Professor Wilfried Bos von der Universität Dortmund die Ergebnisse der Internationalen Grundschul-Lese-Untersuchung (IGLU) vor. Ergebnis: Kinder können mit literarischen und informativen Texten gleich gut umgehen. Auch den Einsatz von Zeitungslektüre in der Grundschule befürwortet der Professor. „Schon ab der zweiten Klasse kann ich Presseartikel im Schulunterricht empfehlen.“ Elke Jansen, Ressortlei-

tung Wochenendjournal/Serviceseiten beim Zeitungshaus Bauer in Marl, präsentiert das bundesweit erste Kindergartenangebot „Zeitungstreff Vorschulkinder“. „Mit keinem anderen Werbemittel erreichen wir die Eltern so gut. Je jünger die Kinder sind, umso mehr wird in den Elternhäusern kommuniziert und umso größer ist auch das Interesse an ihrer Bildung“, stellt Jansen fest. Ulla Steuernagel und Ulrich Janßen, Redakteure am „Schwäbischen Tagblatt“ in Tübingen, schicken seit vier Jahren Kinder in die von ihnen entwickelte „Kinder-Uni“. Leibhaftige Professoren lassen Kinder die Wissenschaften praxisnah in eigens für sie konzipierten Vorlesungen kennen lernen. Ferner zu Gast: Harald Heuer, stellvertretender Leiter der Journalistenschule Ruhr, mit den ZEUS-Leseförderungsprojekten der WAZ-Mediengruppe in Essen; Ernest Henry, Verleger der britischen Wirtschaftszeitung für Kinder „Oink!“; Marie-Agnès Cantinaux und Bénédicte Lemercier und ihr „Le Journal des Enfants“ aus Belgien; sowie Markus Mörchen, verantwortlicher Redakteur bei der ZDF-Kindersendung „Logo!“ (Mainz).

Hoch her war es am Abend zuvor bei der Podiumsdiskussion zum Thema „Wann ist der Zug abgefahren? Im Sandkasten auf Leserfang“ im Haus der Presse gegangen: Eine eigene Zeitung nur für Kinder, das wär's. Darin sind sich die Teilnehmer durchaus einig. Auf dem Weg dahin gebe es allerdings noch eine Menge zu verbessern, damit aus Kindern Leser werden, die ihre Nase gerne in Bücher, Zeitungen oder Zeitschriften stecken. Mehr Geld für die vorschulische Erziehung, besser ausgebildete Mitarbeiter für die Kindergärten und mehr Bewusstsein bei den Eltern für ihre Vorbildfunktion wünschen

sich Hannelore Haufe, Leiterin einer Berliner Kindertagesstätte; Heinrich Kreibich, Leiter der Stiftung Lesen in Mainz; Paul Maar, Kinderbuchautor; Anna Katharina Braun, Professorin für Zoologie/Entwicklungsneurobiologie an der Universität Magdeburg; sowie Moderatorin Roswitha Budeus-Budde, Kulturredakteurin der „Süddeutschen Zeitung“ in München.

22. Februar

Nordrhein-Westfalen mit landesweitem Leseförderungsprojekt „Zeitung4you“

In Nordrhein-Westfalen stellen in den kommenden vier Monaten 43 Zeitungen den Schulen täglich unentgeltlich bis zu 1,6 Millionen aktuelle Exemplare zur Verfügung. Bei der vom Zeitungsverleger Verband Nordrhein-Westfalen gemeinsam mit dem Düsseldorfer Schulministerium unter dem Motto „Zeitung4you – Nachrichten für die Schule“ initiierten Aktion sollen Lesefreude und Lesekompetenz insbesondere der Hauptschüler in der neunten Klasse verbessert werden. Anlass der landesweiten Aktion, an der sich alle nordrhein-westfälischen Zeitungsverlage beteiligen, ist der Befund des deutschen PISA-Verantwortlichen Professor Manfred Prenzel, dass bei mehr als 40 Prozent der Schülerinnen und Schüler an den Hauptschulen die Lesefreude gesteigert werden könne, wenn im Unterricht mehrere Wochen mit Zeitungen gearbeitet werde. Clemens Bauer, Vorsitzender des Zeitungsverleger Verbands Nordrhein-Westfalen und Sprecher der Geschäftsführung der „Rheinischen Post“ in Düsseldorf, sagt dazu: „Mit der täglichen Zeitungslektüre informieren sich Schülerinnen und Schüler über das aktuelle Geschehen in der Welt und in ihrer lokalen Umgebung.

Das so erlangte Wissen qualifiziert sie auch für einen guten Start in das Berufsleben.“

23. Februar

Fußball-Funktionäre stehen Zeitungen Rede und Antwort

Intensive Gespräche mit dem BDZV und eine immer lauter werdende Kritik in der Öffentlichkeit zeigen Wirkung. Die FIFA hat noch in der Nacht zum Informationstag „Zeitungen und die FIFA-WM 2006“ des BDZV in Berlin ihre rigiden Medienrichtlinien überarbeitet und klarer gefasst. Bei der Verwendung der Marken – wie Logo, Maskottchen und Trophäe – im Redaktionellen ist künftig (fast) alles erlaubt. Auch die Akkreditierungsregelungen werden geändert: Nun dürfen beispielsweise Fotos von den Zeitungen nicht erst zwei Stunden nach Abpfiff auch online gestellt werden, sondern direkt nach dem Ende des Spiels. Gleichwohl macht sich Enttäuschung breit, als Markus Siegler, Direktor Kommunikation bei der FIFA, und seine Kollegen von den Zugeständnissen des Fußballver-

anstalters an die gedruckte Presse berichten. Die knapp 150 eigens angereisten Chefredakteure, Sportredakteure, Marketing- und Vertriebschefs aus den BDZV-Mitgliedsverlagen haben deutlich mehr Entgegenkommen erwartet, sind es doch die Zeitungen, die nicht nur bei international akklamierten Großereignissen, sondern auch bei lokalen und regionalen Wettkämpfen Tag für Tag, Jahr für Jahr die Begeisterung in der Bevölkerung für den Fußball wecken und pflegen. Noch während die Vertreter der FIFA in Berlin mit den Zeitungsverlegern über die modifizierten Medienrichtlinien für die Presse diskutieren, meldet sich auch der Weltverband der Zeitungen (WAN) in Paris zu Wort und beklagt den „Eingriff in die redaktionelle Freiheit und Unabhängigkeit“ der Presse durch die FIFA. Dies stelle eine „Verletzung des Rechts auf den ungehinderten Zugang zu Informationen“ dar.

Über die restriktiven Medienrichtlinien, den Wunsch nach spielbegleitender Online-Berichterstattung, den Versuch der FIFA, Marken wie



Stehen beim FIFA-Fachtag des BDZV Rede und Antwort: Markus Siegler (FIFA, l.) und Gerd Graus (WM-OK, r.); in der Mitte BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff (Moderation).

„FIFA WM 2006“, „Deutschland 2006“ oder „WM 2006“ zu schützen, den Einsatz von Logos, Wort- und Bildmarken oder das Verkaufsverbot für nichtlizenzierte Artikel im geschützten Bereich rund um die Stadien diskutieren – moderiert von BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff – neben Markus Siegler auch: Paul Ruschetti, Head of Marketing Services & Research; Gregor Lentze, Geschäftsführer der FIFA Marketing und TV Deutschland GmbH; Gerd Graus, Pressesprecher des Nationalen Organisationskomitees; Dominik A. Schmid, Infront Sports & Media AG; Stefan Postler, Geschäftsführer Medienfabrik/Bertelsmann. Beispiele zur geplanten WM-Berichterstattung der Zeitungen präsentieren Bodo Krüger, stellvertretender Chefredakteur der „Neuen Presse“ in Hannover; Harald Pistorius, Leiter der Sportredaktion der „Neuen Osnabrücker Zeitung“; sowie Michael Ashelm, Sportredakteur der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ und der „Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung“.

1. März

Zeitungsverleger protestierten gegen Überwachungsaktion

Die deutschen Zeitungsverleger verurteilen die Bespitzelung bei der „Wolfsburger Allgemeinen Zeitung“ scharf. Die Überwachungsaktion gegen zwei Journalisten der Zeitung sei ein schwerer Eingriff in die Pressefreiheit. Die völlig übertriebene Aktion habe auf allen Ebenen zu einem schweren Vertrauensverlust geführt. Der Schutz der Informanten sei mit dieser Aktion regelrecht mit Füßen getreten worden. Parallel protestieren die niedersächsischen Zeitungsverleger in einem Brief an die Landesjustizministerin Elisabeth Heis-

ter-Neumann gegen die völlig unverhältnismäßige Überwachungsaktion. Anlass der Kritik ist die Überwachung der Telefonkontaktdaten von zwei Journalisten und der Redaktion der „Wolfsburger Allgemeinen Zeitung“ in den Jahren 2003 und 2004, die erst jetzt bekannt wurde. Damals hatten die Beamten drei Anschlüsse in der Zeitung sowie die Privatanschlüsse von zwei Journalisten überwacht. Die Ermittler hatten den Verdacht, die Journalisten hätten Polizisten bestochen und zur Verletzung von Dienstgeheimnissen angestiftet. Der Verdacht erwies sich als inhaltslos, die Verfahren wurden eingestellt.

2. März

Neue Rechtschreibung wird reformiert

Die Kultusministerkonferenz stimmt den Empfehlungen des Rats für deutsche Rechtschreibung zur Korrektur an der umstrittenen Rechtschreibreform zu. In Zukunft soll wieder mehr auf den Schreib- und Sprachgebrauch bei der Normsetzung geachtet werden anstatt die Schriftsprache in ein starres Regelwerk zu pressen, wie durch die Rechtschreibreform von 1996 geschehen. Aufgrund der großen Unzufriedenheit mit der Reform in der gesamten deutschsprachigen Bevölkerung war der Rat für deutsche Rechtschreibung, in dem auch der BDZV vertreten ist, im Dezember 2004 gegründet worden. Ihm gehören 39 Experten aus Deutschland, Österreich, der deutschsprachigen Schweiz, Liechtenstein, Tirol und Belgien an. Weitgehend auf den Stand vor der Reform zurückgeführt wurden die Komplexe Zusammen- und Getrennschreibung, Zeichensetzung und Worttrennung am Zeilenende. Bei der Groß- und Kleinschreibung bleibt der Rat allerdings auf halbem Weg stehen.

2. März

Presserat: Mohammed-Karikaturen verstoßen nicht gegen Pressekodex

Die Veröffentlichung der so genannten Mohammed-Karikaturen in der Tageszeitung „Die Welt“ (Berlin) verstößt nach Feststellung des Deutschen Presserats nicht gegen den Pressekodex. Gegen die Veröffentlichung hatte es mehrere Beschwerden gegeben, die darin eine Beleidigung der Religionsgemeinschaft der Muslime sahen. Dagegen stellt die zuständige Beschwerdekammer 1 des Deutschen Presserats fest, dass die angegriffene Veröffentlichung in Wort und Bild die im Pressekodex gezogenen Grenzen nicht verletze. Vielmehr griffen die bildlichen Darstellungen das zeitgeschichtlich aktuelle Thema „religiös begründete Gewalt“ mit den „für Karikaturen typischen Mitteln“ auf. Dabei würden weder die Religionsgemeinschaft noch ihr Stifter und ihre Mitglieder geschmäht oder allgemein herabgesetzt.

10. März

Bundesländer gegen Product-Placement

Der BDZV begrüßt die Entscheidung des Bundesrats, die von der Europäischen Union geplante Legalisierung von Produktplatzierungen im Fernsehen abzulehnen. Die Bundesländer hatten festgestellt, dass die entsprechenden Änderungspläne für die EU-Fernsehrichtlinie nicht geeignet seien, eine Irreführung des Verbrauchers auszuschließen und die redaktionelle Unabhängigkeit zu sichern. „Wir erwarten angesichts dieser deutlichen Aussage des Bundesrats, dass die Bundesregierung im EU-Ministerrat für eine Änderung des Richtlinienentwurfs kämpfen wird“, erklärt BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff.

13. März

FIFA erlaubt Online-Berichterstattung der Zeitungen ohne Einschränkungen

Als „Sieg der Vernunft“ begrüßt der BDZV die Entscheidung des Weltfußballverbands FIFA, sämtliche geplanten Beschränkungen für die Online-Berichterstattung im Rahmen der WM 2006 zurückzunehmen. Damit habe die FIFA zum Ausdruck gebracht, wie wichtig auch für sie die freie und ungehinderte Berichterstattung der Zeitungen sei. Jetzt hätten die Zeitungsredaktionen den notwendigen Freiraum, auch online professionell über die Fußballweltmeisterschaft 2006 zu berichten. Gemäß dem ursprünglichen Regelwerk der FIFA sollten Online-Fotos frühestens zwei Stunden nach Spielende gesendet werden; pro Spiel sollten fünf Bilder sowie je zwei weitere pro Halbzeit bei Verlängerung erlaubt sein.

14. März

Deutscher Werberat: weniger Erotik, mehr Senioren

Erotik in der Werbung ist nach Erkenntnissen des Deutschen Werberats auf dem Rückzug; dafür sei in Zukunft vermehrt mit Senioren in Anzeigen, Hörfunk- und TV-Spots zu rechnen. Beim Wandel der Gesellschaft zu einer „neuen Bürgerlichkeit“ nehme die Darstellung von Sexualität in Spots, Anzeigen und Plakaten ab, sagt der Ratsvorsitzende Jürgen Schrader anlässlich der Vorstellung der beanstandeten Werbekampagnen aus dem Vorjahr in Berlin. Angesichts der demografischen Entwicklung rechne das Selbstkontrollgremium der deutschen Werbewirtschaft in Zukunft damit, dass die Werbeindustrie verstärkt ältere Menschen in den Blickpunkt rücken

werde. Schrader bewertet das Jahr 2005 als „gutes Jahr für unsere Arbeit“. Insgesamt hatte der Werberat sich mit 258 Kampagnen zu beschäftigen, gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies einen Rückgang um 15 Prozent. Aufgrund der Kritik seien 67 Kampagnen geändert oder eingestellt worden, in drei Fällen sprach das Kontrollgremium öffentliche Rügen aus.

20. März

Junge Zeitungsleser sind politisch aktiver

Junge Deutsche sind an Politik sehr viel stärker interessiert als ihre Altersgenossen in anderen Ländern der Europäischen Union. Das hat eine Umfrage ergeben, deren Ergebnisse die EU-Kommission in Brüssel präsentiert. Danach haben 51 Prozent der befragten Deutschen im Alter zwischen 15 und 25 Jahren ihr Interesse an politischen Fragen bekundet. Auf den Plätzen zwei und drei liegen Italien (43 Prozent) und Österreich (42 Prozent). Es folgen Frankreich (36 Prozent), Finnland (35 Prozent), Großbritannien (30 Prozent), Estland (29 Prozent) und die Slowakei (28 Prozent). Geweckt wird das Interesse an politischen Dingen laut Studie vor allem in der Schule. Aber auch bestimmte Medien spielen eine wichtige Rolle. So seien diejenigen jungen Europäer, die Tageszeitungen lesen und das Internet nutzen, politisch aktiver als Altersgenossen, die ihre Informationen ausschließlich aus dem Fernsehen beziehen.

22. März

Bundesregierung ignoriert Rechte der Urheber

Das Aktionsbündnis Kopiervergütung, dem auch der BDZV angehört, fordert die Bundestagsab-

geordneten auf, dem vom Bundeskabinett beschlossenen Regierungsentwurf eines zweiten Gesetzes zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft die nötige Zustimmung zu verweigern. Die Parlamentarier müssten ihrer Verantwortung für die Rechte der Urheber gerecht werden und durch zeitgemäße Regelungen zum Urheberrecht dafür sorgen, dass Journalisten, Fotografen, Filmemacher, Schriftsteller, Übersetzer, Verleger sowie weitere Verwerter auch weiterhin von der Nutzung ihrer Werke leben können, erklärt das Aktionsbündnis. Der Regierungsentwurf sei enttäuschend und trage den vom Aktionsbündnis Kopiervergütung mehrfach und deutlich angemeldeten Bedenken gegenüber dem bisherigen Referententwurf keinerlei Rechnung.

24. März

Presserat verabschiedet Leitlinien zur Börsenberichterstattung

Der Deutsche Presserat ergänzt den Pressekodex um eine spezielle Richtlinie zur Wirtschafts- und Finanzmarktberichterstattung. Darin wird festgehalten, dass Journalisten oder Verleger aus der Börsenberichterstattung keine persönlichen Vorteile ziehen dürfen. In der Richtlinie 7.4 – Wirtschafts- und Finanzmarktberichterstattung heißt es unter anderem: „Journalisten und Verleger, die Informationen im Rahmen ihrer Berufsausübung recherchieren oder erhalten, nutzen diese Informationen vor ihrer Veröffentlichung ausschließlich für publizistische Zwecke und nicht zum eigenen persönlichen Vorteil oder zum persönlichen Vorteil anderer.“ Der Presserat reagiert damit auf eine Novellierung des Wertpapierhandelsgesetzes. Damit könne „die

drohende gesetzliche Reglementierung der journalistischen Arbeit verhindert werden“.

12. April

Zeitungsverleger und Werbewirtschaft kritisieren EU-Kommissar Kyprianou

Auf erhebliche Kritik der Zeitungsverleger und der Werbewirtschaft stößt das Vorgehen der EU-Kommission, die Deutschland wegen der bislang fehlenden Umsetzung des Tabakwerbeverbots mit rechtlichen Schritten droht und Versäumnisse im Kampf gegen das Rauchen vorwirft. EU-Gesundheitskommissar Markus Kyprianou fordert die Bundesregierung auf, die EU-Richtlinien zum Werbeverbot für Tabak in nationales Recht umzusetzen. Anderenfalls werde er den Fall unverzüglich vor den Europäischen Gerichtshof (EuGH) bringen. Dagegen macht der BDZV deutlich, dass sich die EU unter dem Mantel des Gesundheitsschutzes Kompetenzen anmaße, die ihr gar nicht zustünden. Im Übrigen solle das jetzt bevorstehende Urteil des EuGH zur Klage der Bundesregierung abgewartet werden. Der BDZV bekräftigt, dass es sich bei Zeitungen nicht um grenzüberschreitende Produkte handelt. Deshalb sei die EU überhaupt nicht zuständig. Die Freiheit, für legal hergestellte und vertriebene Produkte auch werben zu dürfen, bezeichnet der BDZV als elementaren Bestandteil der Kommunikationsfreiheit. Der Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft weist darauf hin, dass ein Verbot von Tabakwerbung einen Dominoeffekt mit schädlichen Folgen für die Medien auslösen könne. EU-Kommissar Kyprianou begründet das Verbot mit dem Argument, dass Werbung für Tabakprodukte vor allem Kinder und Jugendliche ermutige, überhaupt mit dem Rauchen anzufangen.

27. April

Bayerische Zeitungsverleger fordern Gleichberechtigung

Die Bayerischen Zeitungsverleger fordern Gleichberechtigung im Wettbewerb mit den elektronischen Medien. Anderenfalls sei die Position der Zeitung als „Premiummedium“, das wie kein anderes die Meinungsvielfalt sichere, in Gefahr, erklärt der Vorsitzende des Verbands Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV), Hermann Balle, anlässlich der Jahrestagung in Aschaffenburg. Die Kritik des VBZV-Vorsitzenden richtet sich gegen die im bayerischen Mediengesetz verankerte Beteiligungsbeschränkung für Zeitungsverlage, die demnach nur bedingt Anteile an privaten Hörfunk- und Fernsehsendern halten dürfen. Balle sieht darin „eine massive Gefahr für die Qualität der deutschen Medienlandschaft“. Es sei wichtig für die Zukunft der Branche, einmal erarbeitete publizistische und werbewirtschaftliche Leistungen auch auf elektronischem Weg ungehindert weitergeben zu dürfen.

27. April

BGH: „Fußball-WM 2006“ ist keine Marke

Im Streit um die exklusive Vermarktung der Fußball-Weltmeisterschaft erleidet der Weltfußballverband FIFA eine herbe Niederlage: Der Bundesgerichtshof (BGH) lehnt den Markenschutz für die Marke „Fußball-WM 2006“ komplett ab, den der Verband für mehr als 860 Waren und Dienstleistungen hatte eintragen lassen. Die Zeitungsverleger begrüßen die Entscheidung des Gerichts. Sie hätten es von Anfang an für eine tollkühne Idee der FIFA gehalten, derartige Wortmarken zu schützen. Sowohl bei der in Kürze be-

ginnenden Weltmeisterschaft in Deutschland wie auch für künftige Events sei nun auf eine größere Zurückhaltung der FIFA bei der Durchsetzung ihrer Vermarktungswünsche zu hoffen.

28. April

A. Asghar Azmayesh neuer VZN-Vorsitzender

Der Sprecher der Geschäftsführung des Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlags (sh:z) in Flensburg, A. Asghar Azmayesh, wird anlässlich der Jahrestagung des Verbands der Zeitungsverlage Norddeutschland (VZN) in Schwerin zum neuen Vorsitzenden der Landesorganisation gewählt. Er folgt Ernst F. Lübcke nach, der sich nicht mehr zur Wahl gestellt hatte.

2. Mai

Tag der Pressefreiheit

Welche Gräben tun sich heute in China bei dem Streben nach freien Märkten unter gleichzeitiger Kontrolle der Presse auf? Wo und wie kann sich die Gesellschaft artikulieren? Die Medienvielfalt in China wächst rasant. Doch wer sich die Publikationen genauer anschaut, wird schnell feststellen, dass die neue Offenheit ihre Grenzen hat. Wie ein roter Faden zieht sich das Gefühl, an sichtbare und unsichtbare Grenzen zu stoßen, durch die Podiumsdiskussion „Freiheit für den Markt – Wo bleiben die Medien?“, die der BDZV und die Menschenrechtsorganisation Reporter ohne Grenzen (RoG) anlässlich des Internationalen Tags der Pressefreiheit (am 3.



Ausländische Korrespondenten bleiben in China weitgehend unbehelligt, berichtet Henrik Bork (2.v.l.) über seine Arbeit, hier mit Danhong Zhang (l.) und Moderatorin Astrid Frohloff (2.v.r.).

Mai) im Berliner Haus der Presse veranstalten. Ausländische Journalisten könnten sich in China frei bewegen, erklärt beispielsweise Henrik Bork, China-Korrespondent der „Süddeutschen Zeitung“ (München). Die „Schere im Kopf“ entstehe aufgrund der Rücksicht, die man auf die einheimischen Gesprächspartner und Stringer nehmen müsse. Danhong Zhang, stellvertretende Leiterin der China-Redaktion der Deutschen Welle (Bonn), konstatiert, dass sich die Medienlandschaft Chinas in den letzten 15 Jahren völlig verändert habe. Der Staat habe sich aus der Vollsubvention des Rundfunks zurückgezogen, aufgrund der großen Kommerzialisierung seien die Sender gezwungen, spannende Themen anzupacken. Deutlich pessimistischer formuliert hingegen Kay Möller, Mitglied der Forschungsgruppe Asien bei der Stiftung Wissenschaft und Politik in Berlin, seine Überzeugung, dass die Devise „Wandel durch Handel“ in Chi-

na nicht funktioniere. Der Wissenschaftler macht dafür den Widerspruch zwischen Umweltproblemen, sozialen und wirtschaftlichen Problemen und dem Wunsch nach Machterhalt der Partei verantwortlich. Julien Pain, Internetexperte aus dem Internationalen Sekretariat von Reporter ohne Grenzen in Paris, berichtet, dass das scheinbar unkontrollierbare Internet in China einer rigiden Kontrolle unterworfen wird. 30.000 „Internet-Polizisten“ und technologische Filter der Spitzenklasse sorgten dafür, dass es viel schwieriger geworden sei, in Diskussionsforen eine eigene streitige Meinung unterzubringen.

3. Mai

BDZV im Gespräch mit Staatsminister Bernd Neumann

Ein Verbot von Tabakwerbung sei der falsche Weg, wenn es darum gehe, EU-weit den Tabak-



Sprechen im Kanzleramt über Tabakwerbeverbot, Product-Placement und Leseförderung: Staatsminister Bernd Neumann mit BDZV-Präsident Helmut Heinen (l.).

konsum einzudämmen. Das erklärt der Staatsminister für Kultur und Medien, Bernd Neumann, anlässlich eines Treffens mit BDZV-Präsident Helmut Heinen und BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff im Kanzleramt in Berlin. Die EU-Kommission maße sich hier Kompetenzen an, die ihr gar nicht zustünden. Einig sind sich der Minister und die Vertreter der Zeitungsverleger auch in ihrer Kritik an den Plänen der EU-Kommission, das Verbot von Product-Placement im Fernsehen zu lockern. Die Trennung von Werbung und Programm sei eine Frage der Glaubwürdigkeit der Medien, die nicht aufs Spiel gesetzt werden dürfe, erklärt Neumann. Im Mittelpunkt des Gesprächs stehen ferner die zahlreichen Aktivitäten der Zeitungen zur Förderung der Lese- und Sprachkompetenz bei Kindern und Jugendlichen.

10. Mai

Gleichbehandlungsgesetz: Medien fordern Ausnahmeregelung

Bei der Umsetzung der EU-Antidiskriminierungsrichtlinie in deutsches Recht müssen für Beschäftigungsverhältnisse in den Medien die gleichen Ausnahmeregelungen wie für die Kirchen und Religionsgemeinschaften gelten. Das fordern Vertreter von BDZV, Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ), Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR) und Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT). Als Tendenzunternehmen müssten auch die Medien das Recht haben, Bewerber aus religiösen oder weltanschaulichen Gründen abzulehnen. Das von der Bundesregierung vorgelegte Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz sieht eine eindeutige Aus-

nahmeregelung bisher nur für Religionsgemeinschaften vor. Die Presse- und Rundfunkfreiheit schütze, so die Verbände, das Recht des Verlegers und des Rundfunkanbieters, die Tendenz seines Unternehmens festzulegen. Dies sei vom Bundesverfassungsgericht bereits 1979 festgestellt und seither vom Gesetzgeber in den entsprechenden Fällen immer berücksichtigt worden.

11. Mai

Presseausweise: mehr ausstellende Organisationen

Der BDZV, der Deutsche Journalisten-Verband (DJV), der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) und die Deutsche Journalisten-Union (dju) nehmen mit Bedauern zur Kenntnis, dass die Innenministerkonferenz (IMK) den Kreis der Verbände, die den bundeseinheitlichen Presseausweis ausstellen dürfen, erweitern will. Eine Begründung für die Entscheidung sei die IMK schuldig geblieben, kritisieren die Medienverbände. Der bundeseinheitliche Presseausweis wird seit Jahrzehnten ausschließlich von den beiden Verlegerverbänden und den beiden Journalistengewerkschaften ausgestellt. Das Verfahren habe sich bewährt, erklärten diese. DJV, BDZV, VDZ und dju verfügten über die Erfahrung, um zuverlässig prüfen zu können, ob die Antragsteller hauptberufliche Journalisten und deshalb zur Führung eines Presseausweises berechtigt seien.

11. Mai

BDZV: Journalisten sind keine Stalker

Der BDZV kritisiert, dass in dem Kompromissvorschlag von Bundestag und Bundesrat für ein

„Stalking-Bekämpfungsgesetz“ ein ausdrücklicher Hinweis auf die Presse fehlt. In dem Gesetzestext müsse klipp und klar zum Ausdruck kommen, dass Journalisten nicht unter das Stalking-Bekämpfungsgesetz fallen. Anderenfalls stünden Journalisten bei ihren Recherchen „mit einem Bein im Gefängnis“. Der BDZV bekräftigt, dass der Schutz vor Psychoterror durch Belästigungen und Verfolgungen – dem so genannten Stalking – garantiert sein müsse. „Aber Journalisten sind keine Stalker, sie gehen lediglich ihrer Arbeit nach“, betont der Verband. Dazu zähle auch die harte Recherche, die von einzelnen Betroffenen womöglich als Stalking empfunden werden könne.

13. Mai

Handwerk fordert: Handelsregisteranzeigen in die Zeitungen!

Der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) spricht sich gegen die Absicht der Bundesregierung aus, die Pflicht zur Veröffentlichung der Handelsregisteranzeigen in Tageszeitungen abzuschaffen und auf das Internet zu übertragen. In einem Interview betont ZDH-Generalsekretär Hanns-Eberhard Schleyer, dass dies bei „vielen hunderttausend Unternehmen eine Informationslücke bringen“ würde. Vor allem für handwerkliche Kleinbetriebe sei nicht das Internet, sondern immer noch die Tageszeitung das zentrale Medium. Dort informiere man sich auch über geschäftliche Aktivitäten von Kunden, Mitbewerbern und Konkurrenten. „Das Handwerk plädiert daher für eine Beibehaltung der Pflicht zur Veröffentlichung in Tageszeitungen, zumindest aber für eine fünfjährige Übergangszeit.“

15. Mai

Theodor-Wolff-Preis für sechs Journalisten

Für hervorragende journalistische Leistungen in der politischen Tages- und Wochenpresse werden in Berlin sechs Journalisten mit dem Theodor-Wolff-Preis ausgezeichnet. Die mit 6.000 Euro dotierte Würdigung in der Kategorie „Allgemeines“ erhalten Maxim Leo („Berliner Zeitung“) und Marc Brost („Die Zeit“, Hamburg). Die ebenfalls mit 6.000 Euro dotierte Würdigung in der Kategorie „Leitartikel/Kommentar/Essay“ erhält Stefan Geiger („Stuttgarter Zeitung“). In der Kategorie „Lokales“ werden Jens Voitel („Emder Zeitung“) und Christine Kröger („Weser-Kurier“, Bremen) ausgezeichnet. Der Preis für das Lebenswerk geht an Karl Feldmeyer („Frankfurter Allgemeine Zeitung“). Die Preise werden bei einem Festakt am 12. September 2006 in Düsseldorf überreicht.

16. Mai

Helmut Heinen einstimmig im Amt bestätigt

Der Präsident des BDZV, Helmut Heinen, wird in Berlin von der Delegiertenversammlung einstimmig im Amt bestätigt. Heinen ist Herausgeber der „Kölnischen Rundschau“; er steht seit dem Jahr 2000 an der Spitze des Verlegerverbands. Zuvor war er zehn Jahre lang Vizepräsident. Als stellvertretende Präsidenten in ihrem Amt bestätigt werden Wolfgang Pütz, Verleger des „Remscheider General-Anzeigers“; Richard Rebmann, Verleger des „Schwarzwälder Boten“; sowie Karlheinz Röthmeier, Vorsitzender des

Aufsichtsrats der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft in Frankfurt am Main. Neu in das Gremium gewählt wird Rudolf Knepper, stellvertretender Vorstandsvorsitzender und Vorstand Technik und Logistik der Axel Springer AG, Berlin/Hamburg. Er folgt Kay E. Sattelmair, Axel Springer AG, Berlin/Hamburg, nach, der nicht mehr kandidierte. Kooptierte Mitglieder des Präsidiums sind Werner Hundhausen, Bonn; sowie Michael Grabner, stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck, Stuttgart.

16. Mai

Zeitungsverleger fordern Stellungnahme der Regierung zum BND-Skandal

Der BDZV fordert im Zusammenhang mit der Journalistenbespitzelung durch den Bundes-

nachrichtendienst (BND) wie auch anderer – staatsanwaltschaftlich veranlasster – Abhör- und Durchsuchungsaktionen in jüngster Zeit die Bundesregierung zu Gesprächen auf über die Frage, wie der Schutz und die Freiheit der Presse in Deutschland besser gewährleistet werden können. In einer Resolution, die die Delegiertenversammlung des BDZV in Berlin veröffentlicht, verlangen die Zeitungsverleger eine rückhaltlose und öffentliche Untersuchung der skandalösen Vorgänge beim BND. Das Vertrauen in die unbestritten wichtige Arbeit der Geheimdienste habe schweren Schaden erlitten. Gleichzeitig zeigen sich die Zeitungsverleger enttäuscht über das Verhalten einzelner Journalisten, die sich vom BND hatten anstiften lassen, Kollegen auszuspielen. Damit hätten sie die Würde eines jeden betroffenen Kollegen beschädigt und die Verantwortung der Presse insgesamt missachtet.



Aufmerksames Publikum – mit mehr als 200 Teilnehmern verzeichnet die „Zeitung online 2006“ erneut einen Rekord.



Die Zeitungen erleben einen Aufschwung an ihren Online-Märkten, erklärt BDZV-Vizepräsident Richard Rebmann.

17./18. Mai

Multimedia-Konferenz: Zeitung online 2006

Profitable Geschäftsideen, verbesserter Umgang mit den eigenen Nutzern und intelligenter Einsatz von Technologie beispielsweise für die lokale Suche sind die prägenden Themen der Multimedia-Konferenz von BDZV und Ifra in Potsdam. Neu vorgestellte Initiativen von Verlagen zeigen, dass Zeitungen im Internet immer höhere Werbeumsätze erzielen und neue Zielgruppen für ihre Angebote erschließen können. „Die Zeitungsbranche verspürt derzeit einen Online-Aufschwung“, erklärt Richard Rebmann, Vizepräsident des BDZV und Verleger des „Schwarzwälder Boten“ in Oberndorf, vor den mehr als 200 Teilnehmern. Die Umsätze des Online-Vermarktungsnetzwerks OMS beispielsweise seien im ersten Quartal 2006 im Vergleich zum Vorjahr um 150 Prozent gestiegen. Mittler-

weile erreichten die OMS-Zeitungen 6,6 Millionen Internetnutzer. Ifra-CEO Reiner Mittelbach gibt den Start der neuen Ifra-Initiative „Where News“ bekannt. Eine Million Euro seien für die nächsten drei Jahre für dieses Projekt budgetiert. Thema: Wie wird sich das Mediennutzungsverhalten in den nächsten zehn bis 15 Jahren entwickeln? Welche gesellschaftlichen Veränderungen wird die Technologie bewirken? Einen Höhepunkt der Tagung bildet die Präsentation der so genannten elektronischen Zeitung. Das Iliad genannte Modell der niederländischen Firma iRex Technologies soll müheloses Lesen am Bildschirm ermöglichen.

19. Mai

Jugendpresse zu Recherchebesuch beim BDZV

Wie arbeitet der BDZV? Welchen Nutzen haben die Verlage von einer Mitgliedschaft? Was macht



Was macht ein Lobbyist? Wie arbeitet ein Verband? Die Mitglieder der Jugendpresse Deutschland zu Gast beim BDZV.

ein Lobbyist genau? Vertreter des BDZV stellen sich diesen und anderen Fragen im Berliner Haus der Presse. Zu Gast sind 15 Mitglieder der Jugendpresse Deutschland, die im Rahmen eines dreitägigen Kongresses für rund 600 junge Medienmacher unter dem Motto „Jugend und Politik – (k)ein Auslaufmodell?“ die Gelegenheit nutzen, auf Recherche bei Parteien, Medien und Lobbyorganisationen zu gehen.

24. Mai

Claus Detjen 70. Geburtstag

Claus Detjen, Verleger und Herausgeber des „Haller Tagblatts“ in Schwäbisch Hall und früherer Hauptgeschäftsführer des BDZV, vollendet sein 70. Lebensjahr. Der gelernte Journalist zählt zu den Pionieren des Privaten Rundfunks, die den „medienpolitischen Urknall“ Anfang der 80er Jah-

re vorbereitet und ausgelöst haben. Nach seiner Tätigkeit als Hauptgeschäftsführer des BDZV wechselte Detjen zum „Donaukurier“ nach Ingolstadt und der „Märkischen Oderzeitung“ in Frankfurt an der Oder, bevor er 2002 Eigentümer des „Haller Tagblatts“ in Schwäbisch Hall wurde.

29. Mai

BDZV-Präsident trifft SPD-Vorsitzenden Kurt Beck

Die Affäre des Bundesnachrichtendienstes und die Themen Product-Placement, Handelsregisterbekanntmachungen sowie das Antidiskriminierungsgesetz stehen im Zentrum eines Gesprächs, zu dem BDZV-Präsident Helmut Heinen und der Vorsitzende der SPD, Kurt Beck, zugleich Ministerpräsident des Landes Rheinland-Pfalz, in Berlin zusammenkommen.



BDZV-Präsident Helmut Heinen (r.) im Gespräch mit dem SPD-Vorsitzenden Kurt Beck.

13. Juni

Warnung vor EU-Zentralismus

Der BDZV, der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) und der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) kritisieren Philippe Léger, Generalanwalt beim Europäischen Gerichtshof (EuGH). Er hatte in seinem lange erwarteten Plädoyer ausgeführt, dass die EU zu Recht ein Tabakwerbeverbot insbesondere für Pressemedien erlassen durfte. Wenn sich auch die Richter des EuGH diesem Votum anschließen, werde dies eine neue dirigistische Grundlage für Werbeverbote auch in anderen Branchen schaffen und einen großen Schritt weiterer Machtkonzentrationen der EU zulasten der 25 Mitgliedsstaaten auslösen, warnt der ZAW. Brüssel könne dann die bisher in den Händen der Mitgliedsstaaten verantwortete Gesundheitspolitik

an sich ziehen. Der BDZV erklärt es für logisch nicht nachvollziehbar, wieso Zeitungen, die lokal, regional und allenfalls national verkauft würden, zu einer grenzüberschreitenden Verzerrung des Wettbewerbs führen sollten. Mit Blick auf den deutschen Zeitungsmarkt sei es absurd, von grenzüberschreitenden Wirtschaftsgütern zu sprechen. BDZV, ZAW und VDZ appellieren an die Bundesregierung, mit der Umsetzung der Richtlinie bis zur endgültigen Entscheidung des EuGH zu warten und für den Fall der Klageabweisung das Tabakwerbeverbot nur auf grenzüberschreitende Printmedien gesetzlich anzuwenden.

26. Juni

40 Jahre Stiftervereinigung der Presse

Im Kampf gegen den Terrorismus müssen nach Ansicht von Bundesinnenminister Wolfgang



Bundesinnenminister Schäuble, hier mit Fried von Bismarck (Mitte) und Rainer Esser (r.), argumentiert, dass die Medien im Kampf gegen den Terrorismus gelegentlich Einschränkungen hinnehmen müssen.

Schäuble die Medien gelegentlich Einschränkungen ihrer Arbeit hinnehmen. „Die Pressefreiheit hat Verfassungsrang, aber sie ist nicht absolut. Auch die Geheimhaltungsinteressen des Staates haben Verfassungsrang“, sagt Schäuble anlässlich einer Podiumsdiskussion zum 40-jährigen Bestehen der Stiftervereinigung der Presse in Berlin. Dabei müsse jedoch stets die Verhältnismäßigkeit zwischen den Sicherheitsbedürfnissen des Staates und einer freien Berichterstattung gewahrt werden. Moderiert von Peter Frey, Leiter des ZDF-Hauptstadtstudios, streiten neben Schäuble über Informationsfreiheit und ihre Grenzen: Mathias Döpfner, Vorstandsvorsitzender der Axel Springer AG (Berlin/Hamburg); Stephan-Andreas Casdorff, Chefredakteur des „Tagesspiegels“ (Berlin); Rainer Esser, Geschäftsführer des Zeit-Verlags (Hamburg); Fried von Bismarck, Verlagsleiter des Spiegel-Verlags und Sprecher des Deutschen Presse-

rats; sowie der frühere Verfassungsrichter Dieter Grimm. Zuvor hatte der Vorstandsvorsitzende der Stiftervereinigung der Presse, Rainer von Schilling, das Aufgabenfeld dieses „kleinen, bescheidenen, aber um hohe Professionalität bemühten“ Dienstleisters für die Presse abgemessen. In den vergangenen Jahrzehnten seien wichtige Rechtsgutachten, Untersuchungen und empirische Forschungen von der Stiftervereinigung in Auftrag gegeben worden. „Dies geschah immer unter der Fragestellung: Was dient einer zeitgemäßen freien Presse?“

28. Juni

Ermittlungsverfahren gegen Stuttgarter Journalisten

Der BDZV kritisiert die Einleitung eines Ermittlungsverfahrens gegen einen Reporter der „Stuttgarter Nachrichten“. Der Journalist hatte im November 2005 darüber berichtet, das gegen den

Intendanten des Südwestdeutschen Rundfunks (SWR), Peter Voß, ermittelt werde. Es sei ein schwerer Eingriff in die Pressefreiheit, wenn die Staatsanwaltschaft Journalisten verfolge, nur weil sie ihrem Beruf nachgingen, nämlich zu recherchieren und die Öffentlichkeit zu informieren, erklärt BDZV-Präsident Helmut Heinen. Ein weiteres Mal gehe es darum, einen Journalisten einzuschüchtern, damit dieser seine Quellen preisgebe. Es sei beschämend, dass Journalisten, die über mögliche Vergehen oder Verfehlungen berichten, befürchten müssten, wegen der Beihilfe zum Verrat von Dienstgeheimnissen verfolgt zu werden.

29. Juni

Vergütung für privates Kopieren muss bleiben!

Urheber müssen auch in Zukunft fair für die Nutzung ihrer Werke vergütet werden. Mit der geplanten Reform des Urheberrechts fände jedoch ein schleichender Ausverkauf der Kreativen in Deutschland statt. Das erklärt das Aktionsbündnis Kopiervergütung anlässlich der ersten Lesung des Regierungsentwurfs zur Gesetzesnovelle. Die Reform will die anteilige Vergütungspflicht vom Nutzungsumfang der urheberrechtlich geschützten Werke auf den Gerätepreis verlagern. Künftig soll die Vergütungspflicht nur noch einen minimalen Prozentsatz des Verkaufspreises der Geräte betragen, wobei obendrein in einem bürokratischen Verfahren zunächst aufwendig festgestellt werden muss, dass diese Geräte überhaupt der Vergütungspflicht unterliegen. Neben dem BDZV fordern 13 weitere Mitglieder des Aktionsbündnisses daher erhebliche Änderungen. In der geplanten

Form werde das Urheberrechtsgesetz zu massiven Einnahmeausfällen auf Seiten der Kreativen führen.

30. Juni

BDZV kündigt Manteltarifvertrag

Der BDZV kündigt vorsorglich fristgemäß den Manteltarifvertrag für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen zum 31. Dezember 2006.

1. Juli

Herbert C. Ordemann ZVVB-Vorsitzender

Herbert C. Ordemann, Verleger von „Weser-Kurier“ und „Bremer Nachrichten“ und Aufsichtsratsvorsitzender der Bremer Tageszeitungen AG, wird zum Vorsitzenden des Zeitungsverlegerverbands Bremen (ZVVB) gewählt. Er folgt in diesem Amt Uwe Woywod nach.

11. Juli

Jahrespressekonferenz: Anzeigengeschäft nicht zufriedenstellend

2005 konnten die Zeitungsverlage ihre Umsätze um ein knappes halbes Prozent auf 9,036 Milliarden Euro steigern. Zuwächse gab es beim Vertrieb (+1,3 Prozent), die Umsätze aus Anzeigen und Beilagen gingen hingegen erneut zurück (-0,3 Prozent). Die allgemein schlechte wirtschaftliche Lage mit einem Bruttoinlandsprodukt von 0,9 Prozent habe die Tageszeitungen vor allem im Anzeigengeschäft getroffen, erklärt BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff in Berlin. Bei den Umsätzen bewege sich die Branche weiterhin auf dem Niveau von 1994. Dem stünden enorme Kostenbelastungen gegenüber.



Die wirtschaftliche Lage der Zeitungen steht im Mittelpunkt der BDZV-Jahrespressekonferenz. Am Podium (v.l.n.r.) Dietmar Wolff, Hans-Joachim Fuhrmann und Jörg Laskowski.

Zu den dynamisch gewachsenen Personalkosten kämen die seit 2005 drastisch gestiegenen Papierpreise.

Erfreulich entwickelt hat sich nach Darstellung des BDZV das Geschäftsfeld private Postdienstleistung. Mittlerweile seien in vier Fünfteln aller Städte und Gemeinden in Deutschland Verlage als Postdienstleister aktiv. Bis Ende des Jahres gebe es keine Lücken mehr, prognostiziert der BDZV. Allerdings sei es ein „unhaltbarer Zustand“, dass die Deutsche Post AG von der Mehrwertsteuer befreit sei, während Verlage und andere neue Anbieter im Postmarkt den vollen Mehrwertsteuersatz zahlen müssten. Dies führe zu einer beispiellosen Wettbewerbsverzerrung. Kritik übt der BDZV auch am Verhalten der Post im Markt. Obgleich die Portogebühren der deutschen Post vom Gesetzgeber festgelegt seien, biete das Unternehmen seine Leistungen zu Dumpingpreisen an, um den privaten Brief-

zustellern ganz gezielt Kunden abzuwerben. Ferner fordert der BDZV den Gesetzgeber auf, publizistische und ökonomische Rahmenbedingungen für die Presse so rasch wie möglich zu verbessern: „Die Verlage und vor allem die Journalisten in Deutschland müssen vor den Eingriffen übereifriger Staatsanwälte und Richter geschützt werden“, erklärt Wolff. Angesichts von Beschlagnahmungen, Durchsuchungen, Abhöraktionen und Ermittlungsverfahren gegen Journalisten seien gesetzgeberische Maßnahmen dringend notwendig. Besorgt äußert sich der BDZV auch im Zusammenhang mit der Diskussion um das Tabakwerbeverbot. Es gehe den Zeitungen keineswegs darum, sich für Tabakprodukte stark zu machen. Tabakwerbung finde in den Zeitungen kaum statt. Die Kritik der Zeitungsverleger sei grundsätzlicher Natur: Wer Werbung für ein Produkt verbiete, das frei verkäuflich sei, der verbiete ein Stück Kommunika-

tion. Der EU-Kommission wirft der BDZV vor, eine offensive Gesundheits- und Verbraucherpolitik zu betreiben, obwohl sie dazu überhaupt keine Kompetenz habe. Scharfe Kritik äußert der BDZV an den Plänen der EU-Kommission, redaktionelle Fernsehinhalte für den gezielten, werbewirksamen Einsatz von Produkten und Dienstleistungen freizugeben. Auch die Pläne des Bundesjustizministeriums, Handelsregister- und Börsenpflichtanzeigen aus der Zeitung zu verbannen, werden nachdrücklich kritisiert. Obgleich viele Industrie- und Handelskammern sowie alle Handwerkskammern bundesweit appellierten, die Pflichtveröffentlichungen von Handelsregisteranzeigen als Informationsquelle für den Mittelstand in der Zeitung zu sichern, beharre Bundesjustizministerin Zypries auf ihrem Plan, wonach diese Anzeigen so rasch wie möglich nur noch im Internet abrufbar sein sollen.

Zeitungsjubiläen¹

175 Jahre

„Der Gränzbote“, Tuttlingen
Marler Verlag J. Bauer KG, Marl
„Nürtinger Zeitung“, Nürtingen

150 Jahre

„Mindener Zeitung“, Minden

130 Jahre

„Beobachter/Seesener Tageszeitung“, Seesen

120 Jahre

„Coburger Tageblatt“, Coburg

100 Jahre

„Schifferstadter Tagblatt“, Schifferstadt

60 Jahre

„Aachener Zeitung“, Aachen
„Allgäuer Zeitung“, Kempten
„Augsburger Allgemeine“, Augsburg
„Badische Neueste Nachrichten“, Karlsruhe
„Badische Zeitung“, Freiburg
„Bayerische Rundschau“, Kulmbach
„Braunschweiger Zeitung“, Braunschweig
„Darmstädter Echo“, Darmstadt
„Der neue Tag“, Weiden
„Der Tagesspiegel“, Berlin
„Die Welt“, Berlin

„Die Zeit“, Hamburg
„Donaukurier“, Ingolstadt
„Flensburg Avis“, Flensburg
„Fränkische Nachrichten“, Taubertshausen
„Fränkische Landeszeitung“, Ansbach
„Fränkischer Tag“, Bamberg
„Frankenpost“, Hof
„Frankfurter Neue Presse“, Frankfurt am Main
„Frankfurter Rundschau“, Frankfurt am Main
„Gießener Allgemeine“, Gießen
„Handelsblatt“, Düsseldorf
„Heilbronner Stimme“, Heilbronn
„HNA Hessische/Niedersächsische Allgemeine“, Kassel
„Kieler Nachrichten“, Kiel
„Kölnische Rundschau“, Köln
„Landeszeitung für die Lüneburger Heide“, Lüneburg
„Leipziger Volkszeitung“, Leipzig
„Lübecker Nachrichten“, Lübeck
„Märkische Allgemeine“, Potsdam
„Main-Echo“, Aschaffenburg
„Main-Post“, Würzburg
„Mannheimer Morgen“, Mannheim
„Mittelbayerische Zeitung“, Regensburg
„Mitteldeutsche Zeitung“, Halle
„Neue Presse“, Coburg
„Neue Presse“, Hannover
„NRZ Neue Ruhr Zeitung/Neue Rhein Zeitung“, Essen
„Neues Deutschland“, Berlin
„Nordwest-Zeitung“, Oldenburg
„Nürnberger Nachrichten“, Nürnberg

„Oberbayerisches Volksblatt“, Rosenheim
„Oberhessische Presse“, Marburg
„Passauer Neue Presse“, Passau
„Rheinische Post“, Düsseldorf
„Rheinischer Merkur“, Bonn
„Rhein-Neckar-Zeitung“, Heidelberg
„Rhein-Zeitung“, Koblenz
„Sächsische Zeitung“, Dresden
sh:z Schleswig-Holsteinischer Zeitungsverlag, Flensburg
„Schwäbisches Tagblatt“, Tübingen
„Schwäbische Zeitung“, Leutkirch
„Stuttgarter Zeitung“, Stuttgart
„Süddeutsche Zeitung“, München
„Südkurier“, Konstanz
„Thüringische Landeszeitung“, Weimar
„Trierischer Volksfreund“, Trier
„Weser-Kurier“, Bremen
„Westfälische Rundschau“, Dortmund
„Westfalen-Blatt“, Bielefeld
„Westfalenpost“, Hagen
„Wetzlarer Neue Zeitung“, Wetzlar
„Wiesbadener Kurier“, Wiesbaden

30 Jahre

„Bild“, Hannover
„Cuxhavener Nachrichten“, Cuxhaven
„Schaumburger Nachrichten“, Stadthagen

15 Jahre

„Berliner Kurier“, Berlin

1) 1. August 2005 bis 31. Juli 2006