

Intern

Nr. 27/2008 vom 17. Dezember 2008

Zeit(ungs)geschehen 2008

Die Deutsche Post AG kündigt an, unentgeltliche themenbezogene Wochenblätter in Konkurrenz zu Zeitungen und Zeitschriften auf den Markt zu bringen. Der Bundesnachrichtendienst bespitzelt in Afghanistan deutsche Journalisten. Die Zurückhaltung der Wirtschaft bei den Werbeinvestitionen bekommen auch die Zeitungen zu spüren. In- und Ausländische Journalisten protestieren, weil die chinesische Regierung sich nicht an ihr vor der Olympiade gegebenes Versprechen hält, freien Zugang zum Internet zu gewähren. Verleger und Journalisten kritisieren das BKA-Gesetz, da es den Quellenschutz aushebelt und damit die Pressefreiheit einschränkt. Der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag setzt ARD und ZDF bei ihren presse-

ähnlichen Internetangeboten klare Grenzen. Der Deutsche Presserat wird künftig auch Onlineangebote von Zeitungen und Zeitschriften kontrollieren.

Die Zeitungsbranche blickt auf ein wechselvolles Jahr zurück. Die vorliegende Chronik dokumentiert, welche Ereignisse im Zeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2008 für den BDZV bedeutsam waren. Sie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Mit diesem Rückblick auf das zu Ende gehende Jahr 2008 möchten wir zugleich allen Lesern von „BDZV Intern“ friedliche Festtage, einen guten Rutsch und ein glückliches und erfolgreiches Jahr 2009 wünschen.

Die Redaktion

18. Januar

Fußball-Europameisterschaft mit Onlinefotos

Die Ausgestaltung der Akkreditierungsrichtlinien für die Berichterstattung über die Fußball-Europameisterschaft 2008 ist Gegenstand mehrerer Gespräche des Europäischen Zeitungsverlegerverband ENPA mit der UEFA, an denen auch ENPA-Präsident Valdo Lehari jr. und UEFA-Präsident Michel Platini beteiligt sind. Einige der ur-

sprünglich von der UEFA geplanten Beschränkungen werden danach aufgehoben oder Bedingungen geändert. So will die UEFA zum Beispiel für die Veröffentlichung von Fußball-Bildern im Internetangebot der Zeitungen, anders als ursprünglich vorgesehen, keine Mengenbeschränkungen. Einzige Bedingung ist eine zeitliche Verzögerung von jeweils 20 Sekunden.

22. Januar

Karlsruhe schränkt Recht zur Gegendarstellung in Medien ein

Das Recht Betroffener zur Gegendarstellung gegen ungünstige Medienberichte wird vom Bundesverfassungsgericht eingeschränkt: Danach sind die Medien nur dann zur Verbreitung einer Gegendarstellung verpflichtet, wenn sich diese

auf eine eindeutige Behauptung in einem Bericht bezieht. Fühlt sich der Betroffene lediglich durch eine fern liegende Interpretation des Textes nachteilig dargestellt, hat die Pressefreiheit den Vorrang.

23. Januar

Karikaturenpreis der deutschen Zeitungen an Klaus Stuttmann

Klaus Stuttmann ist der Träger des mit 5.000 Euro dotierten Karikaturenpreises der deutschen Zeitungen, den der BDZV zum achten Mal ausgeschrieben hat. Die Auszeichnung wird anlässlich der Ausstellung „Rückblende 2007“ in der rheinland-pfälzischen Landesvertretung in Berlin übergeben. Erfolgreich ist Stuttmann, der regelmäßig für den Berliner „Tagesspiegel“ zeichnet, mit einer Karikatur zum Thema Überwachungsstaat. Platz zwei und 2.000 Euro gehen an Wolf-

gang Horsch und die „Süddeutsche Zeitung“ in München; dritter Preisträger (1.000 Euro) ist Andreas Prüstel mit einer in der „taz – die tageszeitung“ (Berlin) erschienenen Karikatur. Den Preis für die „politische Fotografie 2007“ erhält Fabian Bimmer (Associated Press). Von Berlin aus wird die „Rückblende“ mit 50 Karikaturen und 100 Fotos auf Reisen nach Bonn, Brüssel, Hamburg, Leipzig, Mainz und Trier gehen.

30. Januar

Hans-Wilhelm von Viereck 70

Hans-Wilhelm von Viereck, zuletzt Geschäftsführer der „Süddeutschen Zeitung“ in München, vollendet sein 70. Lebensjahr. Von Viereck war nach Studium und ersten Stationen in Brüssel und Paris einen Großteil seiner beruflichen Laufbahn als Verlagsleiter und später

Geschäftsführer für Titel aus dem Verlag Axel Springer tätig. Daneben hatte er zehn Jahre lang den Vorsitz des Berliner Landesverbands inne und sorgte in dieser Zeit für die Zusammenführung zum Verein der Zeitungsverleger in Berlin und Brandenburg.

7. Februar

Wilhelm Sandmann 75

Wilhelm Sandmann, Ehrenmitglied des BDZV-Präsidiums, vollendet sein 75. Lebensjahr. Der aus Münster stammende Verlagsmanager begann seine berufliche Karriere in den Druckunternehmen des Verlags Axel Springer in Hamburg und Berlin. Seit 1970 gehörte er der Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co. an, und wurde hier 1984 Vorsitzender der Geschäftsführung und Verleger der „Hannoverschen Allgemeinen Zeitung“ sowie der „Neuen Presse“. Im selben Jahr wurde Sandmann auch zum Vizepräsidenten des BDZV

gewählt, 1992 übernahm er das Amt des Präsidenten und wurde nach seinem Ausscheiden im Jahr 2000 zum Ehrenmitglied des Präsidiums ernannt. In die BDZV-Präsidenschaft Sandmanns fielen unter anderem die Gründung der ZMG und die Weichenstellung für die Verlegung des Verbandssitzes nach Berlin sowie der damit verbundene Bau des Hauses der Presse in der Markgrafenstraße. Für seine Verdienste um die Zeitung ist der Verleger unter anderem mit dem Großen Verdienstkreuz des Niedersächsischen Verdienstordens ausgezeichnet worden.

8. Februar

Weltverband der Zeitungen mit Kampagne für Pressefreiheit

Der Weltverband der Zeitungen (WAN) in Paris ruft Verleger, Herausgeber und Redakteure zur Mitwirkung an einer Kampagne auf, die im Vorfeld der Olympischen Spiele in Peking auf die Unterdrückung der freien Meinungsäußerung und freien Information in China aufmerksam machen will. Die Knebelung der Medien in China werde

Tag für Tag schlimmer, dutzende Journalisten seien inhaftiert, heißt es dazu vom WAN. Zeitungen weltweit würden deshalb gebeten, unentgeltlich entsprechend gestaltete Anzeigen abzudrucken, um auch ihre Leser auf die untragbare Situation aufmerksam zu machen.

8. Februar

Europäischer Verlegerverband kritisiert Werbeeinschränkungen

Gegen weitere Werbeeinschränkungen in Europa wendet sich der Präsident des Europäischen Zeitungsverlegerverbands (ENPA), Valdo Lehari jr. Er kritisiert insbesondere Pläne der EU zu neuen Regeln bei der Automobilwerbung. Dies sei ein „Bruch des verfassungsrechtlichen Schutzes der Werbefreiheit. Werbefreiheit ist ein Be-

standteil der Meinungs- und Pressefreiheit“, betont Lehari, zugleich Verleger des „Reutlinger General-Anzeigers“. Anlass ist ein Beschluss des EU-Parlaments, dass Angaben zu CO₂-Ausstoß und Kraftstoffverbrauch mindestens 20 Prozent der Werbefläche von Anzeigen und Plakaten einnehmen sollen.

12. Februar

Wie hält Putin es mit der Pressefreiheit?

Bedrohungen, Inhaftierungen und Morde an Journalisten in Russland lassen die Sorge um Pressefreiheit und Demokratie unter dem Regiment des russischen Präsidenten Vladimir Putin wachsen, zumal im Frühjahr 2008 ein Personenwechsel an der Spitze des Staates bevorsteht, der nicht notwendigerweise einen Machtwechsel bedeutet. Vor diesem Hintergrund veranstalten der BDZV und die Menschenrechtsorganisation Reporter ohne Grenzen (RoG) im Haus der Presse eine Podiumsdiskussion mit dem Titel „Russland vor den Wahlen – Welche Rolle spielen die Medien?“. Ein differenziertes Bild der Situation zeichnet der Russland-Korrespondent der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“, Michael Ludwig, vor den rund 130 Gästen. Man müsse unterscheiden zwischen den Korrespondenten aus dem Ausland und den gut vernetzten russischen Journalisten. Gerade in der Provinz sei die Recherche als Folge der Zentralisierung durch Moskau schwieriger geworden. Die Reporterin der Moskauer „The New Times“, Natalia Morar, be-

richtet, dass es in Russland Themen gibt, die „tabu sind, die nicht geschrieben werden dürfen und über die nicht geredet werden darf“. Weil Morar es trotzdem tat, darf die aus Moldau gebürtige Journalistin seit Wochen nicht nach Russland einreisen. Klaus Bednarz, WDR-Sonderkorrespondent und Chefreporter Fernsehen, macht klar, dass es in Russland keinen landesweiten Fernseh-Kanal gibt, der nicht „direkt oder indirekt vom Kreml kontrolliert wird“. Angesichts der zahlreichen positiven Berichte über Putin hat nach seinem Urteil „der Personenkult im russischen Fernsehen das gleiche Niveau erreicht „wie zu Zeiten Breschnews“. Die Wirklichkeit sei doch komplexer, protestiert Dimitri Tultschinski, Leiter des Deutschland-Büros der russischen Nachrichtenagentur Ria Novosti. Keineswegs seien die russischen Medien alle gleichgeschaltet, selbstverständlich gebe es Gelegenheit zu Kritik – und die werde auch wahrgenommen.

18. Februar

Spitzengespräch mit Vertretern der Kirchen

Die Veränderung der klassischen Medienmärkte und -kulturen durch das Internet sowie

damit verbundene Anpassungen der politischen Rahmenbedingungen stehen im Zentrum eines

Gesprächs zwischen Vertretern der Zeitungs- und Zeitschriftenverleger sowie der katholischen Kirche in Bonn. Religiöse Themen gerade bei jüngeren Zielgruppen seien populär, erklären mehrere Teilnehmer übereinstimmend. Ohnehin seien die Menschen weit mehr als früher bereit,

über ihre religiösen Empfindungen zu sprechen. Bemerkenswert sei auch, dass sich die Sprache der Medien im Zusammenhang mit Kirchenthemen stark verändert habe und heute von einer „neutraleren Position aus“ über die Kirche berichtet werde.

26. Februar

Ausgezeichnet! Maxim Leo und Jochen-Martin Gutsch lesen im Haus der Presse

„Ausgezeichnet! Journalisten lesen und erzählen“ heißt eine Veranstaltungsreihe, die der BDZV in loser Folge im Berliner Haus der Presse anbietet. Hier lesen Träger des Journalistenpreises der deutschen Zeitungen – Theodor-Wolff-Preis, die auch als Buchautoren

hervorgetreten sind, vor geladenem Publikum aus ihren Werken. Diesmal sind es Jochen-Martin Gutsch (Preisträger 2004) und Maxim Leo (Preisträger 2006) mit ihrem gemeinsamen Band „Single. Family – Zwei Männer. Zwei Welten. 66 wahre Geschichten“.

27. Februar

Karlsruher Urteil zur Onlinedurchsuchung setzt enge Grenzen

Der BDZV begrüßt die Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts zur Onlinedurchsuchung als „dringend notwendige Klarstellung“. Zwar wäre es konsequenter gewesen, Onlinedurchsuchungen gänzlich zu verbieten, doch knüpfte das Bundesverfassungsgericht die Durchsuchung an

sehr hohe rechtliche Hürden. Jetzt müsse, fordern die Zeitungsverleger, allerdings mit großer Sensibilität darauf geachtet werden, dass die engen Vorgaben des Karlsruher Urteils in den Gesetzgebungsverfahren und Gesetzen auch tatsächlich berücksichtigt würden.

27. Februar

3. Konferenz „Kinder und Zeitungen“

Marketing und Forschung setzen immer früher an, wenn es um die Interessen Jugendlicher geht – ist die Kindheit schon mit zehn Jahren vorbei? Gibt es ein redaktionelles Angebot, mit dem sich alle Kinder erreichen lassen – oder müssen die Redakteure sich überlegen, ob die Adressaten eher Jungen oder Mädchen sind? Sind Kindernachrichtenseiten in der Zeitung das Mittel der Wahl – oder sollten Kinder besser ihre eigene Zeitung bekommen? Fragen wie diese stehen im Mittelpunkt der dritten Konferenz „Kinder und Zeitung“, zu der BDZV und ZV Zeitungs Verlag Service GmbH geladen haben. Vor den rund 120 Teilnehmern – darunter auch Gäste aus Österreich, Schweden, Finnland und vom Weltverband der Zeitungen – nutzt BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff die Gelegenheit, auch für die Leseförderungsinitiative „SCHmitZ“ zu werben, die der BDZV gemeinsam mit der Kultusministerkonferenz vor eineinhalb Jahren aus der Taufe gehoben hat. Präsentiert werden Best-Practice-

Beispiele, wie die von 13 Verlagen getragene „Kinder-Zeitung“ des Verbands Deutscher Lokalzeitungen, das „Lebenszyklus-Modell“ der „Mittelbayerischen Zeitung“ in Regensburg, die Internetzeitung „Galaxo“ der „Mitteldeutschen Zeitung“ in Halle und die „gläserne Redaktion“ des sh:z Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlags in Flensburg. Vorgestellt werden die Agenturdienste für Kinder der Deutschen Presse-Agentur und des ddp in Kooperation mit der Agentur für Kindermedien. Mit „KinderCampus“ wird ein Internetangebot zur Diskussion gestellt; der Hörfunk ist mit den WDR-Formaten „Bärenbude“ und „Lillipuz“ vertreten. Wissenschaftlich unterfüttert werden die verschiedenen Befunde mit Untersuchungen des Münchner Instituts iconKids & youth. Eine der Erkenntnisse: „Wir sind in Deutschland davon besessen, zu belehren und zu erklären, damit die Kinder die Welt verstehen. Das funktioniert aber nicht. Wir müssen sie emotional andocken.“

5. März

Streitgespräch: Dürfen ARD und ZDF online Zeitung machen?

Dürfen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ARD und ZDF im Internet alles tun, was sie gerne möchten – oder gibt es doch Grenzen für die gebührenfinanzierten Sender, und wie und von wem werden die definiert? Um diese Frage kreist eine Podiumsdiskussion mit dem Titel „Communities, Mediatheken, Onlinepresse – Wo ist die Grenze für ARD und ZDF?“, zu der BDZV, Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) und die Stiftervereinigung der Presse ins Berliner Haus der Presse eingeladen haben. Klärung soll vorab ein von der Stiftervereinigung in Auftrag gegebenes Rechtsgutachten bringen, in dem der Kommunikationsrechtler Hubertus Gersdorf zu dem Schluss kommt, dass die öffentlich-rechtlichen Sender im Internet letztlich nicht legitimierte Textdienste anbieten, die in Konkurrenz zu Zeitungen und Zeitschriften stehen. Diese aber sind durch das Bundesverfassungsgericht per „Institutsgarantie“ als freie Presse geschützt. ZDF-Chefredakteur Nikolaus Brender erklärt die Diskussion vor knapp 100 interessierten Zuhörern zu einer „sehr deutschen“ – und damit für andere Europäer absurden – Debatte. Die

Hauptgeschäftsführer von BDZV und VDZ, Dietmar Wolff Wolfgang Fürstner, verweisen auf die Anforderungen Europas und die ungleichen Wettbewerbsbedingungen am deutschen Werbemarkt zulasten der Presse. ZDF-Justitiar Carl-Eugen Eberle kontert aus dem Publikum mit den Worten, dass die öffentlich-rechtlichen Sender nicht durch Gebühren finanziert würden, sondern „weil wir einen Auftrag haben und dem nachkommen“. Wenn andere dann Marktanteile verlören, sei das eben Pech. Dagegen sieht Hans-Joachim Otto, Vorsitzender des Bundestagsausschusses für Kultur und Medien, im Internet bereits eine „Qualitätsvielfalt ohne Ende“ verwirklicht. Eine Notwendigkeit für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk gebe es also ausdrücklich nicht. Marc-Jan Eumann, Vorsitzender der Medienkommission beim SPD-Parteivorstand, wiederum hat zwar gegen die Aktivitäten nichts einzuwenden, kritisiert jedoch, dass ARD und ZDF trotz ihrer Gebührenprivilegien die Zielgruppe der 14- bis 39-Jährigen mit ihren Inhalten nicht erreichten.

10. März

Otto Wolfgang Bechtle 90

Otto Wolfgang Bechtle, Herausgeber der „Eßlinger Zeitung“ und früherer Vizepräsident des BDZV, vollendet sein 90. Lebensjahr. Der Verleger hat die Pressegeschichte Baden-Württembergs in den vergangenen sechs Jahrzehnten entscheidend mitgestaltet: Bechtle war Mitbegründer des Verbands Südwestdeutscher Zeitungsverleger (VSZV) und stand später, von 1970 bis 1987, an dessen Spitze. Von 1963 bis 1970 wirkte er als Vizepräsident des BDZV und

war lange Jahre Vorsitzender der Tarifkommission des Verbands. Ferner gehörte er den Gremien des Deutschen Presserats und der Deutschen Presse-Agentur an und ist heute Ehrenvorsitzender des VSZV wie des dpa-Aufsichtsrats. Otto Wolfgang Bechtle ist unter anderem Träger des Sterns zum Großen Bundesverdienstkreuz und Ritter der französischen Ehrenlegion.

12. März

Presserat auch für redaktionelle Inhalte der elektronischen Presse zuständig

Der Deutsche Presserat will seine Zuständigkeit auf journalistisch-redaktionelle Inhalte der elektronischen Presse ausdehnen. Hierzu beruft das Gremium in Bonn eine Expertenkommission ein. Durch den Presserat sind neben der Verantwortung für Inhalte und mögliche Ergänzungen des Pressekodex auch

die Anforderungen an das Beschwerdeverfahren sowie der Umfang der Selbstverpflichtung der Verlage zu klären. Die Arbeitsgruppe will Mitte 2008 den Entschlussgremien des Presserats konkrete Vorschläge zur Erweiterung unterbreiten.

18. März

Prinzessin Caroline verliert im Streit um Pressefotos

In der seit dem ersten „Caroline-Urteil“ 1999 anhaltenden Auseinandersetzung um Fotos von Prinzessin Caroline von Hannover stärkt das Bundesverfassungsgericht der Unterhaltungspresse den Rücken: Nach einem Beschluss sind Berichte und Fotos über das Privatleben Prominenter grundsätzlich von der Pressefreiheit geschützt. Dazu gehörten nicht nur Skandale, sondern auch „die Normalität des Alltagslebens“. Voraussetzung sei allerdings, dass die Berichte der „Meinungsbildung zu Fragen von allgemeinem Interesse“ dienen. Der BDZV begrüßt, dass bei der Abbildung von Prominenten – sogenann-

ten absoluten Personen der Zeitgeschichte – künftig der Informationswert der dazu gehörenden Berichterstattung grundsätzlich auch unterhaltende Beiträge umfasst. Dies war im März 2007 vom Bundesgerichtshof noch deutlich restriktiver ausgelegt worden. Zugleich bedauern die Zeitungsverleger, dass das Gericht bei der Abwägung zwischen Persönlichkeitsrecht und Pressefreiheit auf die Würdigung des jeweiligen Einzelfalls verweist. Damit könnten die Journalisten auch nie sicher sein, ob später ein Gericht ihre Einschätzung teile, dass das veröffentlichte Foto „relevant“ sei.

25. März

Werberat zieht Jahresbilanz

Der Deutsche Werberat hat im Jahr 2007 82 Kampagnen beanstandet, 18 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Das erläutert der Vorsitzende des Gremiums, Hans-Henning Wiegmann, bei der Präsentation der Jahresbilanz über Verbraucherbeschwerden in Berlin. Insgesamt seien aus der Bevölkerung Beschwerden zu 269 Werbeaktivitäten eingegangen, dabei habe der Rat die Kundenkritik an 187 Werbemaßnahmen als unbe-

gründet bewertet, da sich die Proteste überwiegend aus extremen Ansichten der Beschwerdeführer ableiteten. Protestschwerpunkt war wie in den Jahren zuvor der Vorwurf von Frauendiskriminierung (38 Prozent). Es folgen der Vorwurf der Verharmlosung von Gewalt, die Verletzung religiöser Gefühle sowie die Gefährdung von Kindern und Jugendlichen.

2. April

ENPA-Präsident fordert externe Berater für Rundfunk

Bei neuen Programmangeboten müssen die Aufsichtsgremien von ARD und ZDF unbedingt externen Sachverstand einholen. Das fordert der Präsident des Europäischen Zeitungsverlegerverbands ENPA, Valdo Lehari jr., anlässlich des Symposiums „Medienregulierung zwischen Brüssel und Karlsruhe“ in Berlin. Funktion von Rund-

funk- beziehungsweise Fernsehrat sei es nämlich, die innere Pluralität des öffentlichen Auftrags sicherzustellen. Um die Bedeutung eines neuen Programmangebots für den Markt einzuschätzen, seien sie aber auf externe Beratung angewiesen, da den Gremien die Kompetenz für Marktfragen fehle.

3./4. April

Ministerpräsident Platzeck beim Präsidententreffen

Den hohen Stellenwert der Zeitungen in einem sich rasch wandelnden Medienmarkt hebt der Ministerpräsident Brandenburgs, Matthias Platzeck, anlässlich des Treffens der deutschsprachigen Zeitungsverlegerverbände in Potsdam hervor. In Deutschland gehöre der tägliche Blick in die Zeitung in vielen Haushalten zur guten Ge-

wohnheit, insbesondere, um sich über lokale und regionale Ereignisse zu informieren, würdigt Platzeck. Gerade in Zeiten, in denen sich der Informationsfluss aufgrund der elektronischen Medien rasant beschleunige, wirke die Zeitung als „beruhigendes, Orientierung gebendes Medium“, das bei den Menschen Vertrauen genieße. Im Mittel-

punkt des jährlich stattfindenden Präsidientreffens stehen die Entwicklungen im Medienmarkt sowie die aktuellen medienpolitischen Herausforderungen. Einhellig sprechen sich die Teilnehmer gegen Werberestriktionen aus. Die aktuellen Dis-

kussionen in den Gremien der Europäischen Union über Beschränkungen der Automobil- und Alkoholwerbung bestätigten den seinerzeit bei den Auseinandersetzungen um das Tabakwerbeverbot befürchteten „Domino-Effekt“.

9. April

Deutsche Telekom – Informationstag in Bonn

Herausforderungen für die Zeitungsindustrie und die Telekommunikationsbranche im Zusammenhang mit neuen technologischen Entwicklungen und einem veränderten Kommunikationsverhalten stehen im Mittelpunkt eines ganztägigen Informationsaustauschs zwischen Spitzenvertretern der Deutschen Telekom AG und Repräsen-

tanten der Zeitungsverlage in Bonn. Angeführt werden die Delegationen von BDZV-Vizepräsident Richard Rebmann, Geschäftsführer Südwestdeutsche Medien Holding, Stuttgart, und dem Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Telekom AG, René Obermann.

15. April

BDZV: Gewerkschaftsforderung „völlig überzogen“

Der BDZV kritisiert die Forderung des Deutschen Journalisten-Verbands (DJV) nach einer 7,5-prozentigen Gehaltserhöhung. „Es gibt keine sachliche, branchenbezogene Begründung für eine solche Forderung. Sie ist völlig überzogen und deshalb in ihrer Höhe auch unmissverständlich zurückzuweisen“, sagt der Verhandlungsfüh-

rer des BDZV, Werner Hundhausen, in Bonn. Der Verzicht der Journalistengewerkschaft auf eine realistische Einschätzung der Möglichkeiten der Zeitungsbranche in die Zukunft hinein sei keine geeignete Verhandlungsgrundlage. Wenig später wird die dju in ver.di Forderungen in gleicher Höhe an den BDZV richten.

17. April

Zeitungsprojekte für 900.000 Kinder und Jugendliche

Rund 900.000 Kinder und Jugendliche nehmen im Schuljahr 2007/2008 an Leseförderungsaktivitäten der deutschen Zeitungen in Kindergärten, Schulen und anderen Bildungseinrichtungen für junge Leute teil. Das ist das Ergebnis einer Umfrage, die der BDZV in Berlin anlässlich der Gründung der „Nationalen Initiative Printmedien – Zeitungen und Zeitschriften in der Demokratie“ durch Kulturstaatsminister Bernd Neumann ver-

öffentlicht. Die Leseförderungsprojekte haben eine Dauer von zwei Wochen bis zu drei Monaten; in dieser Zeit liefern die Verlage insgesamt rund 23 Millionen Tageszeitungen und 760.000 Wochenzeitungen unentgeltlich an die Projektteilnehmer, um Kindern und Jugendlichen die intensive Beschäftigung mit „ihrer Zeitung“ zu ermöglichen.

23. April

Widerstand gegen Gratismagazinpläne der Deutschen Post

Der Staatsminister für Kultur und Medien, Bernd Neumann, spricht sich nachdrücklich gegen Pläne der Deutschen Post AG aus, eigene Gratis- und Anzeigenblätter zu verlegen und über ihr Vertriebsnetz unmittelbar an die Endkunden zu verteilen. Die Post hatte angekündigt, in großem Stil und in Millionenaufgabe überregionale Printprodukte mit Themen wie

Telekommunikation, Computer oder Automobil zu verteilen. Zeitungs- und Zeitschriftenverleger begrüßen die Haltung Neumanns. Mit seiner Warnung vor den ordnungspolitischen Folgen bestätige der Staatsminister die Kritik der Verleger an dem Postvorhaben. Auch der baden-württembergische Ministerpräsident Günther Oettinger kritisiert die Pläne in einem Interview:

Der Ex-Monopolist Post habe eine besondere Stellung im Markt und damit eine besondere Verantwortung für den Wettbewerb – gerade auch außerhalb der Postdienstleistungen. Zuvor hatte der BDZV bereits am 10. April ohne jede Einschränkung die von der Deutschen Post AG angekündigten Pläne abgelehnt, themenbezogene Wochenblätter auf den Markt zu bringen. Die Bundesrepublik Deutschland sei größter Einzelaktionär der Deutschen Post und verzichte trotz beschlossener Liberalisierung auch weiterhin auf die Umsatzsteuer für das Briefgeschäft des „faktischen Monopolisten“,

erklären die Zeitungsverleger. Wenn diese Gewinne nun dazu genutzt würden, in das privatwirtschaftlich organisierte Pressewesen einzudringen, sei neben der Wettbewerbsverzerrung im Briefmarkt eine weitere Branche gefährdet. Eine entsprechende Klage hat der BDZV im März 2008 eingereicht, da die Deutsche Post bereits ihrem Verteilprodukt „Einkauf Aktuell“ eine Illustrierte beifügt und damit – angesichts der Beteiligung der Bundesrepublik – gegen den Verfassungsgrundsatz der „Staatsfreiheit der Presse“ verstößt.

24. April

BND bespitzelt Journalisten - BDZV fordert Aufklärung

Vollständige Aufklärung der Bespitzelung deutscher Journalisten durch den Bundesnachrichtendienst (BND) in Afghanistan fordert der BDZV in Berlin. Anlass ist die Überwachung des E-Mail-Verkehrs einer „Spiegel“-Reporterin mit einem afghanischen Politiker. „Es darf nicht sein, dass der BND geltende Gesetze einfach ignoriert“, heißt es dazu vom BDZV. Offensichtlich

hätten die Gesetzesvorhaben der jüngsten Vergangenheit – wie Telekommunikationsüberwachung, Vorratsdatenspeicherung, heimliche Onlinedurchsuchung privater PCs – in Deutschland zu einem Klima geführt, bei dem sich staatliche Institutionen zum Schutz der Bevölkerung auch zu Aktivitäten jenseits von Recht und Gesetz motiviert fühlen könnten.

29. April

Verein Berliner Zeitungsverleger mit neuem Namen

Der Verein der Zeitungsverleger in Berlin und Brandenburg hat einen neuen Namen: Als Verband der Zeitungsverlage in Berlin und Ostdeutschland (VZBO) vertritt er künftig die Interessen der Zeitungen in den Bundesländern Berlin,

Brandenburg und Sachsen-Anhalt. Peter Asmusen, Vorsitzender der Geschäftsführung Märkische Verlags- und Druckgesellschaft mbH, Potsdam, bleibt Vorsitzender des Verbandsvorstands.

3. Mai

Internationaler Tag der Pressefreiheit

„Meine Kollegen beim Weltverband der Zeitungen wie auch wir beim BDZV suchen jede Gelegenheit, auf die unerträglichen Verstöße gegen die Menschenrechte und die inakzeptable Beschneidung einer freien Berichterstattung in China hinzuweisen“, das betont BDZV-Präsident Helmut Heinen in einem Interview mit der Deutschen Presse-Agentur zum Internationalen Tag der Pressefreiheit. „Wir fordern die unverzügliche

Freilassung der inhaftierten Journalisten und sogenannten Cyber-Dissidenten, die hinter Gittern sitzen, weil sie ihre Arbeit gut gemacht haben, nämlich Missstände zu recherchieren und darüber zu informieren“, sagt Heinen weiter. Die Äußerungen des BDZV-Präsidenten erscheinen als Zusammenfassung oder im Wortlautinterview in gut 70 Tageszeitungen sowie auf zahlreichen Websites der Zeitungen und anderer Medien.

6. Mai

Medientreffpunkt Mitteldeutschland: Heinen plädiert für Ordnungsprinzip

BDZV-Präsident Helmut Heinen fordert die öffentlich-rechtlichen Sender auf, die Marktaktivitäten der Verlage im Internet nicht zu stören. „Das Ordnungsprinzip des Printmarkts muss auch im Internet gelten“, sagt er bei einem Streitgespräch mit dem ARD-Vorsitzenden Fritz Raff beim Medientreffpunkt Mitteldeutschland in Leipzig. Der Printmarkt in Deutschland zeichne sich durch Vielfalt und einen funktionierenden Wettbewerb

aus, der durch gebührenfinanzierte Sender nicht verzerrt werden dürfe. Dies sei auch das Modell für das Netz, wo sich Verlage gerne jeder privatwirtschaftlichen Konkurrenz stellten, so Heinen. ARD und ZDF müssten sich hingegen bei ihren Onlineaktivitäten auf sendungsbezogene Inhalte reduzieren. Auf keinen Fall dürften die Anstalten textbasierte elektronische Presseprodukte anbieten.

7. Mai

Überwältigende Mehrheit für Helmut Heinen

Der Präsident des BDZV, Helmut Heinen, wird in Berlin von der Delegiertenversammlung mit überwältigender Mehrheit 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 Vizepräsidenten in ihrem Amt bestätigt werden Wolfgang Pütz, Verleger des „Remscheider General-Anzeigers“; Richard Rebmann, Geschäftsführer der Südwestdeutschen Medien Holding GmbH, Stuttgart; sowie Rudolf Knepper, stellvertretender Vorstandsvorsitzender und Vorstand Technik und Logistik der Axel Springer AG, Berlin/Hamburg. Neu in das Gremium gewählt wird Hans Georg Schnücker, Sprecher der Geschäftsführung der Verlags-

gruppe Rhein Main, Mainz. Er folgt dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats der ZMG in Frankfurt am Main, Karlheinz Röthemeier, nach, der nicht mehr kandidierte. Kooptiertes Mitglied des Präsidiums ist Werner Hundhausen, „General-Anzeiger“, Bonn. Anlässlich der Delegiertenversammlung nutzt der Präsident des Bundesverbands der Deutschen Industrie (BDI), Jürgen Thumann, die Gelegenheit zu einem Vortrag über den „Standort Deutschland“. Die wirtschaftliche Lage sei erfreulich, versichert der BDI-Präsident. Damit dies so bleibe, sei allerdings eine verlässliche Politik notwendig. Probleme macht Thumann hier besonders auf drei Feldern aus: beim Klimaprogramm der Bundesregierung, auf dem Arbeitsmarkt und bei der Erbschaftssteuer.

12. Mai

Peter Tamm 80

Professor Peter Tamm, langjähriger Vorstandsvorsitzender der Axel Springer Verlag AG und Vizepräsident des BDZV, vollendet sein 80. Lebensjahr. Tamm, der seine Karriere einmal als Schiffsfahrts-Redakteur beim „Hamburger Abend-

blatt“ begonnen hatte, ist heute Inhaber und Verleger des Marine-Verlags Köhler Mittler-Verlagsgruppe und Besitzer der größten privaten Marine-Sammlung der Welt, dem Wissenschaftlichen Institut für Schiffsfahrts- und Marinegeschichte.

14. Mai

Jury entscheidet über Theodor-Wolff-Preis

Für hervorragende journalistische Leistungen in der politischen Tages- und Wochenpresse werden in Berlin sechs Journalisten mit dem Journalistenpreis der deutschen Zeitungen – Theodor-Wolff-Preis ausgezeichnet. Die mit 6.000 Euro

dotierte Würdigung erhalten in der Kategorie „Allgemeines“ Mark-Joachim Obert („Frankfurter Rundschau“) und Thomas Kistner („Süddeutsche Zeitung Magazin“, München). Der ebenfalls mit 6.000 Euro dotierte Preis in der Kategorie Kom-

mentar, Glosse, Essay geht an Carolin Emcke („Zeit Magazin Leben“, Hamburg). In der Kategorie Lokales bekommen die Auszeichnung Stephan Hermsen („Neue Ruhr/ Rhein Zeitung“, Es-

sen) sowie Miriam Opresnik und Özlem Topçu („Hamburger Abendblatt“). Die Preise werden bei einem Festakt am 10. September in Köln überreicht.

10. Juni

medienforum.nrw: Verlagsindustrie im Umbruch

„Ob die Zeitungshäuser in Zukunft mit neuen Geschäftsfeldern, insbesondere Onlinezeitungen, Einbußen an Lesern und Werbung kompensieren können, hängt nicht nur vom journalistischen und verlegerischen Können ab, sondern auch von den medienpolitischen Rahmenbedingungen“, resümiert Clemens Bauer, Vorsitzender des Zeitungsverleger Verbands Nordrhein-Westfalen (ZVNRW) und Vorsitzender der Geschäftsführung der Mediengruppe Rheinische Post (Düsseldorf), beim Printkongress von ZVNRW und BDZV. Unzufrieden zeigt sich Bauer anlässlich des 20. medienforums.nrw in Köln mit den beabsichtigten Änderungen im 12. Rundfunkstaatsvertrag. Ohne wirtschaftliche Risiken zu tragen, erhielten die öffentlich-rechtlichen Sender den Status von Online-Vollanbietern und dadurch eine gleichwertige dritte Geschäftssäule. Das Internet dürfe aber nur Unterstützungsfunktion für deren Hauptaufgabe haben, die Bevölkerung mit Fernsehen und Hörfunk zu versorgen.

Zuvor hatte der nordrhein-westfälische Minister für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien, Andreas Krautscheid, versichert, dass die Länder bei der anstehenden Änderung des Rundfunkstaatsvertrags „sehr darauf aufpassen“ würden, keine Verzerrung im Wettbewerb zwischen öffentlich-rechtlichem Rundfunk und privatwirtschaftlich agierenden Medien zu erzeugen. Im Anschluss entwickelt der Vorstandsvorsitzende der Styria Media AG (Graz) und Präsident der IFRA, Horst Pirker, seine Theorie von den „drei Leben“ der Zeitung. Bisher habe es sie vor allem als verkaufte Zeitung gegeben, mittlerweile existierten auch sogenannte Hybrid-Modelle (Beispiel: „Die Welt“ und „Welt kompakt“) sowie die aus der einstigen Kaufzeitung entwickelte

Gratiszeitung. Sein Fazit: Die Tageszeitung hat auch auf Papier noch lange nicht ausgespielt.

In der anschließenden Diskussion stellt der Geschäftsführer der Agentur DDB Deutschland (Berlin), Tonio Kröger, fest, dass die Entscheidungen der Verlagsbranche im Moment „eher taktisch, nicht strategisch und nicht offensiv“ motiviert seien. Er empfehle „einen mutigen Schritt nach vorne, um Contentlieferer für alle zu werden“. Lars Hinrichs, Vorstandsvorsitzender des Community-Portals XING (Hamburg), hält es für nicht erstaunlich, dass digitale Innovationen derzeit vor allem außerhalb der Verlage entstehen und hinzu gekauft werden müssten. Es sei einfacher, etwas Neues zu erfinden, „wenn man auf der grünen Wiese ist und nicht den Wald vor lauter Bäumen nicht sieht“. Eine solche grüne Wiese mit „allen Freiheiten und ein bisschen Geld zum Herumexperimentieren“ wünscht sich die Chefredakteurin von derWesten.de (Essen), Katharina Borchert, für die Verlage. Stefanie Lüdecke, Geschäftsführerin des Onlinevermarkters Quality-Channel (Hamburg), empfiehlt, nach dem „redaktionell getriebenen“ und einzigartigen Content für die Onlineauftritte der Zeitungen im Internet zu streben. Einfach Nachrichten abbilden, das könnten alle. In zwei kurzen Streitgesprächen geht es dann um die Frage, „was geht – und was geht nicht“ im Widerstreit von Presse und PR; und ob die Zeitungen eher „Zukunftsmedium oder Dinosaurier“ sind? Am Podium: Jörg Howe, Leiter Unternehmenskommunikation Arcandor, und Bernd Hilder, Chefredakteur der „Leipziger Volkszeitung“, sowie Sven Gösmann, Chefredakteur der „Rheinischen Post“ (Düsseldorf), und Jochen Wegner, Chefredakteur von Focus online (München).

11. Juni

BDZV-Sonderpreis für crossmediale Schülerzeitungsausgabe

Durch die Vernetzung von Print und Online können Schülerzeitungen zu einem noch größeren Forum an den Schulen werden, sagt BDZV-Pressesprecher Hans-Joachim Fuhrmann an-

lässlich der Preisverleihung beim bundesweiten Schülerzeitungswettbewerb in Berlin. Der BDZV hat in diesem Jahr zum zweiten Mal einen Sonderpreis für eine Schülerzeitung ausgelobt, die

„ihre Printausgabe in herausragender Weise mit den Möglichkeiten des Internets verbindet“. Die Zeitungsverleger wollen damit dokumentieren, dass die aktuellen Herausforderungen für die klassische Presse erst recht für Schülerzeitungen gelten: „Wer heute junge Leute erreichen will,

kommt am Internet nicht vorbei.“ Gewinner des Sonderpreises ist das Gymnasium Augustinianum in Greven mit „GAG“. Schirmherr des Schülerzeitungswettbewerbs ist der Bundesratspräsident und Erste Bürgermeister der Hansestadt Hamburg, Ole von Beust.

12. Juni

Zeitungsverleger fordern fairen Wettbewerb

Der BDZV kritisiert die Entscheidung der Ministerpräsidenten zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag scharf. Es sei sehr bedauerlich, dass sie lediglich im Bereich der nichtsendungsbezogenen Telemedien eine klare Absage an lange Text- und Fotoangebote der öffentlich-rechtlichen Anstalten im Internet enthalte. Unter dem Etikett „sendungsbezogen“ dürften ARD und ZDF weiterhin Angebote machen, die in Form und Inhalt quasi identisch mit vielen Internetportalen der Verlage seien. Die öffentlich-rechtlichen Sender hätten jetzt „mit dem Segen

der Ministerpräsidenten freie Bahn, jedes Thema mit beliebig viel Text- und Fotomaterial ins Netz zu verlängern“, warnt der BDZV. Dies führe zu einer dramatischen Verzerrung der Wettbewerbsverhältnisse im Nutzermarkt, wo sich die Zeitungsverlage wie andere private Anbieter behaupten müssten. In einem Brief an die zuständige EU-Kommissarin Neelie Kroes appelliert BDZV-Präsident Heinen, in den anstehenden Konsultationen die für einen fairen Wettbewerb unerlässlichen Korrekturen von Bund und Ländern einzufordern.

17. Juni

BDZV kickt gegen Bundestag im Olympiastadion

Mehr als 500 Gäste kommen zum Sommerfest des BDZV ins Berliner Olympiastadion. Den Anpfiff zum außergewöhnlichen Spektakel geben BDZV-Präsident Helmut Heinen und Bundesverteidigungsminister Franz-Josef Jung. Dies sei eine gute Gelegenheit, einmal abseits der großen Politik und im wahrsten Sinne des Wortes spielend zueinanderzukommen, begrüßt Heinen die

Gäste aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Medien. Höhepunkt des Abends ist ein Fußballspiel zwischen einer Auswahl von Chefredakteuren und Verlegern und dem FC Bundestag, das von der Verleger-Elf knapp, aber verdient mit 2:1 gewonnen wird. Doppelter Torschütze auf Seiten des FC BDZV ist der Leiter der Axel-Springer-Akademie, Jan-Eric Peters.

17./18. Juni

Multimedia-Konferenz: Zeitung online 2008

Mit neuen Services im Internet und einem vergrößerten Portfolio an Crossmedia-Produkten sind die Zeitungsverlage auf einem guten Weg; doch die Potenziale sind längst nicht ausgeschöpft. Das ist die Botschaft der Zeitung online 2008 in Potsdam. Mehr als 270 Medienmanager und Chefredakteure nehmen an der Konferenz von BDZV und IFRA teil, um sich über Strategien, Konzepte und Geschäftsmodelle auszutauschen. Experten aus den USA, Norwegen, Polen und Deutschland präsentieren Best-Practice-Beispiele. Der BDZV-Vizepräsident und Geschäftsführer der Südwestdeutschen Medien Holding (Stuttgart), Richard Rebmann, betont, dass sich die neu gestarteten

Onlineoffensiven der Verlage „erfreulicherweise in einer zunehmenden Akzeptanz in den Nutzermärkten widerspiegeln“. Allerdings seien die Werbeumsätze und damit der Anteil des Onlinegeschäfts am Gesamtumsatz der Verlage noch zu gering. Der Kommunikationstheoretiker Norbert Bolz prophezeit der Zeitung eine große Zukunft: Wie kein anderes Medium könnten Zeitungen in einer zuvor nie dagewesenen Informationsflut Orientierung geben – als gedrucktes Universalmedium und eher zielgruppenorientiert im Internet. Dabei müssten die Zeitungen die Stärke ihrer Marken ausspielen. IFRA-Geschäftsführer Reiner Mittelbach erläutert Szenarien für die Zukunft der Medien und die

möglichen Folgen für die Zeitungshäuser. Der Strategieberater Robin Meyer-Lucht empfiehlt den Verlagsmanagern unter anderem, sich gerade im Lokalen als Informations- und Kommunikationsplattform für alle Lebensbereiche und Nutzerbedürfnisse noch

besser zu positionieren. Als Experten für erfolgreiche digitale Strategien und Anwendungen außerdem auf dem Podium: Gunnar Möller (Germanwings); Manfred Klaus (Plan.net); Sean McDonell („Boston Globe“); Lukas Kircher (KircherBurkhardt).

1. Juli 2008

Neue Pressepost-Gebühren

Die zwischen dem BDZV und der Deutschen Post AG ausgehandelten Pressepost-Gebühren werden wirksam. Danach steigen die Preise für Postvertriebsstücke um 1,6 Cent pro Stück. Darüber hinaus gibt es eine Einigung über die Preisentwicklung der kommenden fünf Jahre, die ab 1. Januar 2009 gilt: Künftig wird die Preiserhöhung für das folgende Kalenderjahr jeweils im Juni des

laufenden Jahres festgelegt; sie orientiert sich an der prozentualen Entwicklung der Bezugspreise für Tageszeitungen im Postabonnement. Die Höhe des Grundentgelts bleibt für die Dauer der Fünf-Jahres-Vereinbarung konstant. Ebenso wie der Zuschlag für das Schnellläufernetz.

8. Juli 2008

Jahrespressekonferenz: Allgemeine Werbeflaute trifft Zeitungen

Die Zurückhaltung der Wirtschaft bei den Werbeinvestitionen bekommen auch die Zeitungen zu spüren: In den ersten fünf Monaten des laufenden Jahres ist das Anzeigenvolumen im Vergleich zum Vorjahr um 0,1 Prozent zurückgegangen. „Unser Medium leidet ebenso wie andere klassische Werbeträger unter einer Werbeflaute“, sagt BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff anlässlich der Jahrespressekonferenz in Berlin. Ursache dafür seien Konsumenten, die weniger kaufen, und als Folge Unternehmen, die weniger Werbung machen. Vor allem der Handel habe seine Werbebudgets eingeschränkt.

Angesichts der schwierigen Marktsituation sei es geradezu grotesk, dass die Deutsche Post AG plane, mit Gratistiteln in den Pressemarkt zu drängen. Dazu Wolff „Es wäre ein Skandal, wenn ein ehemaliges Staatsunternehmen, bei dem der Staat auch heute noch der größte Aktionär ist, versuchen würde, die etablierten Zeitungen im Leser- und Werbemarkt anzugreifen.“ Kritik übt der BDZV auch an neuen Eingriffen der EU in die Belange der Kommunikationswirtschaft. Wenn die Forderung des EU-Parlaments tatsächlich umgesetzt werde und künftig 20 Prozent der Autowerbung in Zeitungen für umweltbezogene

Aussagen genutzt werden müssten, so führe dies automatisch zum Verlust von Anzeigen. Eine solche Werbezensur könne im Extremfall zum Verlust von 500 Millionen Euro Anzeigenumsatz führen, mit allen absehbaren Folgen für die Leistungskraft der Zeitungen und die Arbeitsplätze in den Verlagen.

Das Geschäftsjahr 2007 verlief, so der BDZV weiter, nicht zufriedenstellend. Die Umsätze stiegen lediglich um 0,5 Prozent. Während die Vertriebsumsätze stagnierten, gab es bei den Anzeigen- und Beilagenerlösen ein Plus von 0,9 Prozent. Der Gesamtumsatz der Branche in Höhe von 9,1 Milliarden Euro entspricht dem Niveau des Jahres 1995. Zufrieden zeigt sich der BDZV hingegen mit der Entwicklung der Zeitungsreichweiten im Internet. Vier von zehn Internetnutzern gehen regelmäßig auf Zeitungswebsites. Innerhalb eines Jahres haben die Verlage die Zahl der regelmäßigen Nutzer um vier Prozent von 13,8 auf 15,5 Millionen gesteigert. Eine wichtige Herausforderung sei es, die Zeitungswebsites noch offensiver als „Werbeträger von höchster Qualität“ zu vermarkten. Zu den neuen Onlineprodukten der Verlage gehören neben Videoangeboten auf mehr als 120 Zeitungswebsites eine wachsende Zahl mobiler Internetportale.

4. August

Olympische Spiele: Zeitungsverleger verurteilen Internetzensur in Peking

Der BDZV ruft angesichts der Internetzensur in China zu einem offensiven Umgang mit den Einschränkungen bei der Olympia-Berichterstattung auf. „Leser, Hörer und Zuschauer müssen umfassend über die äußerst fragwürdigen Umstände aufgeklärt werden“, fordert BDZV-Präsident Hel-

mut Heinen. Die Zeitungen würden mit Sicherheit die geplante Tätigkeit ihrer Korrespondenten neu überdenken. Einen Medienboykott lehnt Heinen jedoch ab; er fordert: „Missstände müssen offen gelegt und öffentlich gemacht werden“.

7. August

Bundeskanzlerin Merkel: Leseförderung stärkt Demokratie

„Leseförderung stärkt die Demokratie und bietet Perspektiven für alle – gerade auch für bildungsschwache Bevölkerungskreise und Menschen mit Migrationshintergrund“, betont Bundeskanzlerin Angela Merkel anlässlich des 20-jährigen Jubiläums der Stiftung Lesen in Mainz. Das Verständnis komplexer Texte sei

eine wesentliche Voraussetzung, um in der Wissens- und Informationsgesellschaft erfolgreich bestehen zu können. Merkel bekräftigt die politische Bedeutung einer lebendigen Lesekultur, die das Vermögen stärke, Informationen kritisch zu würdigen und sich eine eigene Meinung zu bilden.

20. August

Presseausweis: Qualität bleibt unangetastet

Der neue Presseausweis liegt vor. Er habe nach dem Rückzug der Innenminister nichts von seiner Qualität eingebüßt und bleibe weiterhin ein unverzichtbares Recherchewerkzeug für professionelle Journalisten, erklären die sechs ausstellenden Verbände: BDZV, Verband Deutscher Zeitschriftenverleger, Deutscher Journalisten-Verband, Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union in ver.di, Freelens und

Verband Deutscher Sportjournalisten. Zuvor hatte die Innenministerkonferenz eine Ausweitung der vergebenden Organisationen und eine Aufweichung der Vergabekriterien gefordert und die Zusammenarbeit beendet, da die Verbände diese Forderungen mit Hinweis auf die notwendige Professionalität der Ausweisinhaber zurückgewiesen hatten.

10. September

Journalistenpreis der deutschen Zeitungen – Theodor-Wolff-Preis an sechs Journalisten

Über den Erfolg der Zeitungen in der digitalen Informations- und Kommunikationskultur entscheidet vor allem die Qualität der redaktionellen Leistungen. Diese müsse noch weiter ausgebaut werden – gedruckt, online und mobil. Das erklärt der Vorsitzende des Kuratoriums Theodor-Wolff-Preis, Hermann Neusser, zugleich Verleger des Bonner „General-Anzeigers“, anlässlich der Verleihung des Journalistenpreises der deutschen Zeitungen – Theodor-Wolff-Preis in Köln. Auch der Kölner Verleger Professor Alfred Neven DuMont ruft seine Kollegen dazu auf, verstärkt Anstrengungen um die Qualität des Journalismus zu

unternehmen und trotz zu erwartender wirtschaftlicher Herausforderungen nicht am Redaktionsetat zu sparen. Neven DuMont appelliert ferner in seiner Rede vor rund 300 Gästen aus Medien, Kultur, Wirtschaft und Politik an die Zeitungsverlage, selbstbewusst ihre Interessen zu vertreten und verstärkt die Öffentlichkeit zu suchen. Die Zeit der vornehmen Zurückhaltung sei vorbei. Für ihre hervorragenden journalistischen Leistungen werden ausgezeichnet: Mark-Joachim Obert („Frankfurter Rundschau“), Thomas Kistner („Süddeutsche Zeitung“, München), Carolin Emcke („Die Zeit“, Hamburg), Stephan Hermsen

(„Neue Ruhr/ Neue Rhein Zeitung“, Essen) sowie Miriam Opresnik und Özlem Topçu („Hamburger Abendblatt“). Gastgeber der Festveranstaltung im Kölner Wallraf-Richartz-Museum ist der

Verlag M. DuMont Schauberg. Das musikalische Programm bestreiten die a-capella-Gruppe „Wise Guys“ und Wolfgang Niedecken („BAP“).

15. September

WAN kritisiert Yahoo/Google-Werbevereinbarung

Der Weltverband der Zeitungen (WAN) ruft die Wettbewerbsaufsichtsbehörden in Europa und Nordamerika auf, eine Werbevereinbarung zwischen Google und Yahoo wegen Wettbewerbswidrigkeit zu blockieren. Der WAN ist der Meinung, dass die Vereinbarung negative Auswirkungen auf die von den Suchmaschinen an Zeitungen und andere Websites gezahlten Werbeeinnahmen sowie auf die Kosten bezahlter Suchmaschinenwerbung haben werde. „Der WAN glaubt, dass der derzeit bestehende Wettbewerb zwischen Google und Yahoo absolut notwendig ist, um zu gewährleisten, dass unsere

Mitglieder wettbewerbsgerechte Erträge für Onlinewerbung auf ihren Websites erhalten, und um beim Kauf bezahlter Suchmaschinenwerbung wettbewerbsgerechte Preise zu erzielen“, erläutert WAN-Präsident Gavin O'Reilly in einem Schreiben an das Kartellamt des US-amerikanischen Bundesministeriums für Rechtspflege, die Europäische Kommission Generaldirektion Wettbewerb sowie das kanadische Kartellamt. Der Weltverband befürchtet, dass die Vereinbarung über die Schwächung des Wettbewerbs hinaus zur Marktbeherrschung durch Google bei der Onlinewerbung führen werde.

15. September

Verleger: Werbeverbote verhindern keinen Alkoholmissbrauch

Verbote und Beschränkungen der Markenwerbung der Alkoholindustrie wären, zeigt eine Analyse der deutschen Zeitungs- und Zeitschriftenverleger, gesundheitspolitisch ungeeignet. Zusätzliche Werbebeschränkungen würden zudem die Finanzierungsgrundlage der Presse in Deutschland weiter beschränken. Dieser Effekt schädige die unverzichtbare Funktion der Presse bei Information und Aufklärung über Alkohol in der Bevölkerung. Das betonen der BDZV und der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger in einer

gemeinsamen Stellungnahme in Berlin. Anlass ist die Anhörung zum geplanten „Nationalen Aktionsplan Alkoholprävention“. Medienbetreiber, Alkoholindustrie, Handel und der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft warnen in Positionspapieren für die Drogenbeauftragte der Bundesregierung, Sabine Bätzing, vor weiteren Verböten von Werbung und Sponsoring. Ein weiterer Abbau des Markenwettbewerbs sei kein effizientes gesundheitspolitisches Mittel zur Verhinderung von schädlichem Alkoholkonsum.

15. September

Anhörung: BKA-Gesetz schränkt Pressefreiheit ein

Der BDZV, der Deutsche Journalisten-Verband und der Deutsche Presserat sehen sich bei der Anhörung im Innenausschuss des Bundestags zum Entwurf des sogenannten BKA-Gesetzes in ihren Bedenken bestätigt: Geladene Sachverständige unterstützen die Kritik der Medienverbände im Hinblick auf den notwendigen Schutz der Pressefreiheit. Die vorgesehene Regelung sei derart allgemein gefasst, dass sie dem Schutz der Presse – wie er insbesondere vom

Bundesverfassungsgericht in aktuellen Entscheidungen wieder hervorgehoben wurde – in keiner Weise gerecht werde. Das BKA-Gesetz sieht weitgehende Befugnisse für das Bundeskriminalamt zur Abwehr von Terrorismus und schweren Straftaten vor – so beispielsweise die Herausgabe des Recherchematerials von Journalisten – obwohl ein Zeugnisverweigerungsrecht zum Schutz der Informanten besteht.

22./23. September

Zeitungskongress: Die Zukunft der Zeitung

Scharfe Kritik übt BDZV-Präsident Helmut Heinen an den Gratiszeitungsplänen der Deutschen Post. Dass ein Unternehmen, bei dem der Staat größter Aktionär sei, überhaupt an ein solches Projekt denke, sei „eine groteske Vorstellung“. Heinen warnt anlässlich der Eröffnung des Zeitungskongresses in Berlin vor einem „ordnungspolitischen Sündenfall ersten Ranges“. Bundeskanzlerin Angela Merkel sichert den Zeitungsverlegern Unterstützung im Kampf gegen die Gratiszeitungspläne der Deutschen Post AG wie gegen weitere Werbeverbote zu. Das Vorhaben, innerhalb der Europäischen Union Autowerbung nur im Zusammenhang mit Aussagen zum Umweltschutz zu erlauben, sei ein „Auswuchs aus Brüssel“. Der Vorsitzende der FDP-Fraktion, Guido Westerwelle, plädiert unter anderem für eine Abschaffung der Erbschaftssteuer.

Der Begriff „Krise“ führt in die Irre, konstatiert der Präsident des Weltverbands der Zeitungen (WAN), Gavin O'Reilly, in seiner Keynote. Seit Jahren werde als Mantra verkündet, dass die Printindustrie tot sei. Tatsächlich wüchsen Auflage und Werbeanteile. Die Zeitungsindustrie sei groß und lebendig, „darauf sollten wir stolz sein und ein viel positiveres Image projizieren“, fordert O'Reilly vor den rund 500 Kongressteilnehmern aus Politik, Medien, Wirtschaft und Kultur.

Die gewachsene Medienvielfalt der vergangenen 20 Jahre und insbesondere die Durchsetzung des Internets haben den Umgang mit den Medien stark verändert, erläutert die Meinungsforscherin Renate Köcher, Leiterin des Instituts für Demoskopie Allensbach. Es gebe ein abnehmendes Bedürfnis, auf dem Laufenden zu sein. Das Interessenspektrum verenge sich zunehmend. Gerade bei Jugendlichen bedeute „ein Nichteinstieg in Print auch einen Nichteinstieg in Informationen“. Dies habe Auswirkungen nicht nur für die Zukunft der Verlage, sondern auch für die Zukunft der Gesellschaft. Ihre Forderung: Bundesweit sollte in den zweiten oder dritten Schulklassen täglich Zeitung gelesen werden, um Kinder möglichst früh an eine breite Palette von Informationen heranzuführen.

Wollen die Leser Qualität, Exklusivität und Emotionen – oder möchten sie weniger festgelegt und mehr unterhalten werden? Um Fragen wie diese dreht sich die von Werner Lauff moderierte Podiumsdiskussion zum Thema „Was will das Publikum? Erfolgsfaktoren für den Leser- und Nutzermarkt“. BDZV-Vizepräsident Richard Rebmann, zugleich Geschäftsführer der Südwestdeutschen Medien Holding, Stuttgart, setzt auf Segmentierung sowohl inhaltlich als auch räumlich. Sven Gösmann, Chefredakteur der „Rheinischen Post“ in Düsseldorf, kritisiert die Arroganz der Redaktionen gegenüber typischen lokalen Themen, die häufig gar nicht mehr oder so wahrgenommen würden, dass die Leser sich in ihrer Zeitung nicht wiederfinden. Auch Renate Köcher verlangt, dass die Zeitungen „näher an ihre Leser heran und die Perspektive der Leute kennen“ müssten. Michael Brehm, Geschäftsführer studiVZ Limited, Berlin, glaubt, dass die Leser immer stärker involviert werden möchten. Der Trend gehe zur Individualisierung.

Eine gelungene crossmediale Vermarktung über alle Kanäle und Produkte hinweg kann bis zu zehn Prozent zusätzlich an Einnahmen im Anzeigengeschäft bedeuten, erläutert der Vorsitzende der Verlagsgeschäftsführung Welt Gruppe/Berliner Morgenpost, Peter Würtenberger, anlässlich der Podiumsdiskussion zum Thema „Crossmedia-Vermarktung“. Die Anforderungen an Werbung hätten sich geändert, bestätigt Adrian Kiehn, Generalbevollmächtigter und Mitglied der Unternehmensleitung Peek & Cloppenburg, Düsseldorf. Werbung sei heute „Kommunikation im weitesten Sinne“. Für die Kunden sei entscheidend, meint Stefan Hilscher, Mitglied der Geschäftsführung Verlag M. DuMont Schauberg/ Zeitungsgruppe Köln, dass die Zeitung neben „ihrer tollen Printreichweite als Marke auch in weiteren Kanälen vorhanden“ sei. Gunnar Möller, Team Leader Marketing International bei Germanwings, Köln, erklärt, dass sein Unternehmen gerne „nicht nur zahlender Anzeigenkunde, sondern auch Contentlieferant für Zeitungen“ sei. Einigkeit herrscht auf dem Podium, dass auch bei einer „inszenierten Werbung“ mit attraktivem Umfeld über alle Kanäle die Trennung zwischen redaktionellen Inhalten und Werbung keinesfalls aufgegeben werden dürfe.

24. September

Post: BDZV begrüßt Stopp des Mehrwertsteuerprivilegs

Der BDZV begrüßt einen Gesetzentwurf des Deutschen Bundestags, wonach das Mehrwertsteuer-Privileg der Deutschen Post AG bei Geschäftskunden zum Jahr 2010 ausläuft. Zwar sollen Privatkunden Briefe und Pakete weiterhin ohne Mehrwertsteuer verschicken können; Geschäftskunden müssen jedoch von 2010 an den vollen Steuersatz von 19 Prozent zahlen. Hintergrund ist das Drängen der EU-Kommission nach Gleichbehandlung der Wettbewerber auf dem

Postmarkt. Dies sei, äußert BDZV-Präsident Helmut Heinen „ein bedeutender Schritt in die richtige Richtung“. Allerdings komme er spät und beende „wohl erst in ferner Zukunft die Wettbewerbsverzerrung im Privatkundengeschäft“. Die Zeitungsverleger appellieren an die Bundesregierung, zügig für insgesamt angemessene Wettbewerbsbedingungen in dem auch für sie wichtigen Briefgeschäft zu sorgen.

2. Oktober

ENPA-Präsident Lehari verlangt faire Rahmenbedingungen statt Überregulierung

Der Präsident des Europäischen Zeitungsverbands (ENPA), Valdo Lehari jun., mahnt in einem offenen Brief an den französischen Präsidenten Nicolas Sarkozy, derzeit zugleich Präsident des Europäischen Rats, „faire wirtschaftliche Rahmenbedingungen für die Zeitungen“ an. Dies sei die Voraussetzung für jegliche Leseförderungsmaßnahmen, mit denen starke Demokratien und bürgerlicher Gemeinnutz gefördert werden sollten. Anlass ist der von

Präsident Sarkozy einberufene zweimonatige „Generalstand“ der Presse, der sich mit den wirtschaftlichen Herausforderungen der Tagespresse in Frankreich beschäftigt. Der ENPA-Präsident verweist in seinem Schreiben auf Probleme bei den Themen Werbung, Mehrwertsteuer und Urheberrecht. Erwartet werde nicht Überregulierung, sondern Lösungen, die der Presse im 21. Jahrhundert zu einem neuen Aufschwung verhelfen.

23. Oktober

Rundfunkänderungsstaatsvertrag: Klare Grenzen für ARD und ZDF

„Jetzt müssen die Öffentlich-Rechtlichen zeigen, dass sie sich tatsächlich an ihren Auftrag halten und sich von allen unzulässigen Expansionsplänen im Internet endgültig verabschieden“, erklärt der BDZV in Berlin zur Entscheidung der Ministerpräsidenten über den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag. Die Zeitungsbranche setze auf die Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit der Rundfunkanstalten. Zwar seien nicht alle Erwartungen und Ansprüche erfüllt worden. Gleichwohl erkenne der BDZV an, dass die Ministerpräsi-

denten „bei den presseähnlichen Internetangeboten von ARD und ZDF klare Grenzen gezogen haben“. Was keinen unmittelbaren Bezug zu einer konkreten Rundfunksendung habe, bleibe für die Öffentlich-Rechtlichen tabu. Zur Durchführung des geplanten Drei-Stufen-Tests durch die internen Gremien der Anstalten sagt der BDZV, die Verleger würden jetzt mit Argusaugen darauf achten, ob mit dem neuen Instrumentarium tatsächlich verantwortlich gearbeitet werde.

30. Oktober

Medientage München mit Printgipfel: Wachstum unter schwierigen Bedingungen

Wie geht es den Zeitungen in diesen wirtschaftlich schwierigen Zeiten – und wie wird

es ihnen in Zukunft gehen? Das ist die Kernfrage beim Printgipfel, den BDZV und Verband

Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV) anlässlich der Medientage München ausrichten. Die Aussichten sind, wenn man den Teilnehmern an der von Frank Thomsen, Chefredakteur stern.de, moderierten Podiumsdiskussion folgt, gar nicht so schlecht. „Wir stehen auf einem guten Fundament“, sagt etwa der Münchner Verleger Dirk Ippen. Gerade die kleineren Zeitungen auf dem Lande seien „eine Erfolgsgeschichte“, die von den Problemen der vergangenen Jahre weniger in Mitleidenschaft gezogen worden seien. „Die Aufregungen kommen aus der derzeitigen Planungsphase für das nächste Jahr“, sekundiert Richard Rebmann, Geschäftsführer der Südwestdeutschen Medienholding in Stuttgart und BDZV-Vizepräsident. 2009 werde sicher ein schwieriges Jahr, aber „nicht im Sinne eines Zusammenbruchs unserer Welt“. Christiane zu Salm, Vorstand Crossmedia bei Hubert Burda Media in München, konstatiert eine Stimmung der Verunsicherung und des Abwartens. Die Krise sei, anders als die vornehmlich strukturell getriebenen Umbrüche vor sechs Jahren, „ganz klar eine konjunkturelle“. „Deutschland ist solide“, versichert Sebastian Turner, Partner Scholz & Friends, Berlin. Aber „Deutschland glaubt, dass es ihm nicht gutgehen wird“, und damit sei als Werber schlecht umgehen. Turner erkennt in der Gesellschaft einen riesigen Trend, der Vereinsamung zu entgehen. Die Zeitungen müssten Antwort auf die Frage finden, „ob die Seite eins gemeinschaftsstiftend ist“.

Zuvor hat der Vorsitzende des Verbands Bayerischer Zeitungsverleger und Geschäftsführer der „Augsburger Allgemeinen“, Andreas Scherer, bei seiner Begrüßung der rund 600 Gäste beim Printgipfel nicht nur die schwierigen politischen

Rahmenbedingungen für die Zeitungen skizziert, sondern sich auch Gedanken um die künftige Lesergeneration der Zeitung gemacht. In Zusammenarbeit mit Schulen und Kindergärten sorgten die Verlage seit Jahren dafür, dass junge Menschen so früh wie möglich den Umgang mit Medien erlebten und lernten, sich in der Informationsfülle zurechtzufinden, sagt Scherer. Allein in Bayern seien mit entsprechenden pädagogischen Projekten im zurückliegenden Jahr 170.000 Schüler erreicht worden.

Braucht der Onlineauftritt einer Zeitung unbedingt Videos, um zeitgemäß zu sein? Zwar zeigen gut 70 Prozent der deutschen Verlage derzeit bewegte Bilder im Netz, doch die Auffassung über Nutzen, Anspruch und Qualität unterscheidet sich je nach Unternehmen ganz beträchtlich, wie das ebenfalls von BDZV und VBZV veranstaltete Panel „Local Heroes – innovatives Web-TV, neue mobile Zeitungswelten“ beweist. „Videos sind nice to have, aber kein must“, stellt etwa Hans-Jürgen Jakobs, Chefredakteur von sueddeutsche.de, fest. Die Abrufzahlen seien schwach, der Aufwand nur vertretbar bei Themen, wo die „Kernleistung der Zeitung erweitert wird“. Silke Springensguth, Geschäftsführerin DuMont Net (Köln), hingegen verweist auf das veränderte Nutzerverhalten: Die jungen Leute wollen Bilder, weil das unterhaltsamer ist als lesen!“ Robert Bosch, Managing Director Crossmedia Sales bei Axel Springer (Berlin/Hamburg), lobt „Leservideos als eine für uns ganz wichtige Informationsquelle“. Sonja Ettengruber, Gesamtleitung idowa.de Mediendienste bei der Zeitungsgruppe „Straubinger Tagblatt/ Landshuter Zeitung“ ist überzeugt: „Die Leser erwarten von dem lokalen Auftritt der Zeitung, dass er ihre Lebenssituation widerspiegelt.“

6. November

Presserat will auch Onlineangebote kontrollieren

Der Deutsche Presserat wird von 2009 an auch Internetangebote kontrollieren. Der Kodex gelte grundsätzlich auch für Onlineangebote, teilt das Selbstkontrollgremium der Presse in Berlin mit. Im Pressekodex legt der Presserat Grundsätze

für die publizistische Arbeit fest. Eine flächendeckende Beobachtung des Internets sei aber nicht geplant, erläutert der Sprecher des Presserats, Manfred Protze. „Wir werden uns anhand der Beschwerden herantasten.“

10. November

Neue Tarifverträge für Redakteure

Der BDZV und die Journalistengewerkschaften Deutscher Journalisten-Verband und dju in ver.di einigen sich auf neue Tarifverträge für Redakteure an Tageszeitungen. Danach erhalten die

Journalisten im ersten Jahr eine Erhöhung um 2,4 Prozent (ab 1. November 2008) sowie eine Einmalzahlung. Am 1. Oktober 2009 folgt eine weitere Erhöhung um 1,6 Prozent. Der

Tarifvertrag hat eine Laufzeit über 24 Monate – vom 1. August 2008 bis 31. Juli 2010. Der Abschluss sei, erklärt der Verhandlungsführer der Zeitungsverleger, Werner Hundhausen, angesichts der wirtschaftlichen Situation der Verlage im Volumen „gerade noch vertretbar“. Die Zeitungsverleger hätten jedoch

Planungssicherheit sowohl für die Seite der Arbeitgeber wie für die Seite der Journalisten schaffen wollen. Der Manteltarifvertrag wird bis zum 31. Dezember 2010 verlängert. Abgeschlossen wird ferner ein neuer Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche freie Journalisten an Tageszeitungen.

11. November

Bundestagspräsident Norbert Lammert eröffnet BDZV-Ausstellung

Die besondere Rolle von Zeitungen in der demokratischen Gesellschaft hebt Bundestagspräsident Norbert Lammert in Berlin hervor. Zeitungen seien das Fundament für eine vitale Demokratie, sagt Lammert bei der Eröffnung der Ausstellung „In guter Gesellschaft – aus dem Leben einer Zeitung“ im Bundestag. Die vom BDZV konzipierte Text- und Bilderschau zeigt gleichsam im Tageslauf Bilder aus dem Alltag einer Zeitung. Begleitend zu der Ausstellung

können an zwei PCs und mehreren Handys im Bundestag die Onlineseiten der Zeitungen sowie mobile Dienste von den Besuchern aufgerufen werden. Ferner stehen mehrere überregionale Titel als gedruckte Ausgabe zur Lektüre bereit. Auch nutzen die Abgeordneten das Angebot, ihre Besuchergruppen von Mitarbeitern des BDZV durch die Ausstellung führen zu lassen und dabei einen Einblick in die deutsche Presselandschaft zu erhalten.

12. November

Walther Zech 90

Walther Zech, von 1974 bis 1981 Vizepräsident des BDZV, vollendet sein 90. Lebensjahr. Zech war lange Jahre Vorstandsmitglied im Verband der Zeitungsverleger in Rheinland-Pfalz und Saarland. Darüber hinaus wirkte er als Mitglied der Delegiertenversammlung des BDZV. Ferner war er unter anderem Aufsichtsratsmitglied und

Vorsitzender der Technischen Kommission der Deutschen Presse-Agentur, Präsidiumsmitglied im Zentralausschuss der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW) und Präsidiumsmitglied und Schatzmeister des Weltverbands der Zeitungen (WAN). Zech ist für sein Wirken vielfach ausgezeichnet worden, unter anderem mit dem Großen Bundesverdienstkreuz.

28. November

BKA-Gesetz: Zeitungsverleger begrüßen Ablehnung im Bundesrat

Die Zeitungsverleger begrüßen die Ablehnung des sogenannten BKA-Gesetzes durch den Bundesrat. Damit hätten die Ministerpräsidenten gezeigt, welche hohe Bedeutung sie dem Quellenschutz und damit der Wahrung der Pressefreiheit in Deutschland zumäßen, sagt der BDZV in Berlin. Die Zeitungsverleger hatten im Vorfeld der Abstimmung in einer gemeinsamen Stellungnahme mit zahlreichen Medienverbänden gegen das Gesetz protestiert, weil insbesondere durch die Regelung in § 20u „das Zeugnisverweigerungsrecht der Journalisten und damit der Informantenschutz in gravierender Weise verschlechtert“ werde. Anlässlich der Verabschiedung des Gesetzes durch den Deutschen Bundestag am 12. November hatte BDZV-Hauptge-

schäftsführer Dietmar Wolff dies als einen „Affront gegen die Presse“ bezeichnet. Bei allem Verständnis für eine Verbesserung der Verbrechensbekämpfung – insbesondere der Terrorismusabwehr – seien die Zeitungsverleger sehr beunruhigt über ein Klima, in dem die Pressefreiheit offensichtlich nur noch eine untergeordnete Rolle spiele. Wenn Journalisten, die sich mit Kriminalitätsdelikten befassten, nicht mehr sicher sein könnten, ob ihre Computerfestplatten durchforstet würden, sei dies ein unhaltbarer Zustand. Die Weitergabe von vertraulichen Informationen an Journalisten sei in vielen Fällen die Voraussetzung dafür, dass Missstände und Verfehlungen überhaupt öffentlich würden.

8. Dezember

ARD und ZDF: BDZV verlangt externe Prüfung

Im Zusammenhang mit der bevorstehenden Einführung des sogenannten Drei-Stufen-Tests für Telemedien der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten fordert der BDZV, dass die damit verknüpfte Überprüfung der Senderinhalte über eine unabhängige und externe Stelle erfolgt. Die ehrenamtlichen Rundfunkgremien seien nach ihrer Organisation und Ausstattung nicht für umfangreiche und zeitintensive Prüfungen von On-

lineangeboten eingerichtet, betonen die Zeitungsverleger. Daher müsse eine zusätzliche Arbeitseinheit mit personell, finanziell und auch räumlich von den Rundfunkanstalten unabhängigen Sachverständigen etabliert werden, um die Entscheidungsvorlagen mit Empfehlungen für die Rundfunkgremien selbstständig zu erstellen.

10. Dezember 2008

Kritik an Abschaffung des Listenprivilegs

Es sei ein Skandal, dass auf dem Rücken der Zeitungen, die täglich über Datenmissbrauch berichten und die Bürger zum sorgsamem Umgang mit ihren Daten auffordern, der Missbrauch durch andere Branchen ausgetragen werde, sagt BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff in Berlin. Zeitungen würden hier in Sippenhaft genommen. Anlass ist die Kabinettsentscheidung zur Novellierung des Datenschutzrechts. Danach dürfen Zeitungen und Zeitschriften keine adres-

sierte Kundenwerbung mehr betreiben, sofern der potenzielle Abonnent nicht vorher schriftlich zugestimmt hat. Von der Leserwerbung per Brief, die auf dem sogenannten Listenprivileg basiert, sei die Neugewinnung von Abonnenten bis zu 60 Prozent abhängig, erläutert der BDZV und appelliert an die Mitglieder des Deutschen Bundestags, die Datenschutznovelle in der vorliegenden Form nicht zu verabschieden.