

Editorial

Liebe Leserin
Lieber Leser

«Menschen machen Medien» – so lautet das Motto des diesjährigen Kongresses von SCHWEIZER PRESSE, welcher vom 20. – 22. September im KKL Luzern stattfindet. Damit wollen wir die Medienmacher ins Zentrum stellen. Dazu gehören nicht nur die Mitarbeitenden in Verlag, Redaktion und Druck, sondern in gewisser Weise – und vermehrt – auch der interaktive Mediennutzer. Dreht man das Motto um, so wird daraus «Medien machen Menschen» – auch das trifft zu. Der Mensch wird erst zum sozialen Wesen durch Kommunikation mit anderen. Und jede Kommunikation braucht ein Medium, sei es Sprache, Musik oder eben die Massenmedien. In unserem Magazin FLASHextra und im Kongressprogramm werden verschiedene Medienmacher zur Sprache kommen. Aber auch neue Mediennutzungsformen werden diskutiert werden. Den aktuellen Stand der Referentenzusagen können Sie diesem Newsletter entnehmen.

Seit Anfang April gelten nun die Bestimmungen des neuen Radio- und Fernsehgesetzes und der dazu gehörenden Verordnung. Wie immer bei einer Gesetzesrevision bestehen noch einige Unklarheiten über die Umsetzung in der Praxis. Zu Diskussionen Anlass gaben in den letzten Wochen nicht nur die räumliche Aufteilung der neuen TV-Konzessionsgebiete, sondern auch die Ausgestaltung der Leistungsaufträge im Zusammenhang mit dem Gebührensplitting. Es ist klar, Gebührengelder gibt es nicht gratis und die Veranstalter werden dafür auch etwas leisten müssen. Darüber darf aber nicht vergessen werden, dass die Programmgestaltung in den Händen der Veranstalter bleiben muss und der Staat trotz Gebührensplitting die Unabhängigkeit der Veranstalter nicht antasten darf. An der kommenden Medienrechtstagung vom 10. Mai 2007 wird auch das neue RTVG und seine konkrete Umsetzung ein Thema sein. Das genaue Programm finden Sie in diesem Flash.

Ihr Hanspeter Kellermüller

Jahreskongress

MENSCHEN | MACHEN | MEDIEN

JAHRESKONGRESS DER SCHWEIZER PRESSE
20.–22. SEPTEMBER 2007 KKL LUZERN

Der diesjährige Jahreskongress von SCHWEIZER PRESSE findet für einmal in einer Stadt statt. Vom 20. bis 22. September 2007 trifft sich die Medienbranche im architektonisch imposanten KKL Luzern vor der ebenso eindrucksvollen Kulisse des Vierwaldstättersees. Das Programm bietet einen interessanten Mix von Referaten, Podiumsdiskussionen und gesellschaftlichen Anlässen.

Bereits zugesagt für ein Referat hat erfreulicherweise die Bundespräsidentin, **Micheline Calmy-Rey**. **Johannes von Bismarck** wird aus der Optik eines auf die Medienbranche spezialisierten Finanzinvestors über seine Einschätzung des Entwicklungspotenzials im Printmarkt sprechen. Ein weiterer Referent ist der Intendant des Lucerne Festivals, **Michael Häfliger**. In seinem Beruf bewegt er sich täglich zwischen Geld und Kunst und wird über diese Gratwanderung und über die Bezüge zwischen Musik und Medien viel zu erzählen wissen. **Miriam Meckel** ist die Direktorin des Instituts für Medien- und Kommunikationsmanagement der Uni St. Gallen. Sie wird über Grundfragen und aktuelle Entwicklungen in der Mediennutzung referieren. Als ehemalige Staatssekretärin für Medien in Nordrhein-Westfalen kennt sie die Branche auch aus der Praxis. Ebenso gespannt darf man auf die Ausführungen von **Andreas Schönenberger**, dem Google-Chef Schweiz sein. Wohin geht Google? Wird aus dem Suchmaschinen-Unternehmen ein eigentliches Medienunternehmen? Diese Fragen werden uns am Kongress beschäftigen. Tradition hat die präsidiale Ansprache des Präsidenten von SCHWEIZER PRESSE, Hanspeter Lebrument. Und schliesslich wird in zwei Podiumsdiskussionen die Entwicklungen im Schweizer Printmarkt analysiert und auf das Mediennutzungsverhalten der jungen Generation eingegangen.

Nach der offiziellen Mitgliederversammlung führen wir den traditionell rustikal gestalteten Donnerstagabend diesmal in reizvoller Umgebung mitten im Verkehrshaus durch. Soviel sei verraten: Nostalgiker und Eisenbahnfans werden auf ihre Rech-

nung kommen. Und am Freitagabend wird zur Publishers Night geladen. Im KKL Luzern wird gefestelt und danach auf einem verankerten Schiff vis-à-vis im Hafen ein Fest bis in die frühen Morgenstunden gefeiert. Wir freuen uns auf das Wiedersehen in Luzern!

hanspeter.kellermueller@schweizerpresse.ch

Werbemarkt Start der 10 aus 86

Seit wenigen Wochen läuft, wie im letzten Newsletter FLASH angekündigt, bereits zum fünften Mal die wohl grösste Anzeigenkampagne der Schweiz «Das kann nur ein Inserat» und wirbt in der Schweizer Presse für die Gattung Print. Wir freuen uns sehr, dass wiederum sehr viele Verlage die Einladungen zum Schalten der zehn ausgewählten Inseratensujets angenommen haben, um mit möglichst vielen Platzierungen (nach dem Füllerprinzip) in Ihren Zeitungen und Zeitschriften zur Stärkung der Printmedien im Werbemarkt beizutragen. Bis zum Start der Kampagne stand fest, dass im Laufe der nächsten acht Monate über 740 ganzseitige, vierfarbige Inseratenseiten erscheinen werden. Aus Erfahrung wissen wir, dass während der Laufzeit noch weitere Einschaltungen und Bestellungen dazu kommen werden.

presseabo.ch

DAS ABO-PORTAL DER SCHWEIZER PRESSE

ADC Special Force für «Das kann nur ein Inserat»

Wie führt man eine Jurierung durch? Eine bei der zum Schluss alle zufrieden sind? Ganz einfach.

Man nehme eine gute Idee. Die hatte Daniel Matter und seine Agentur. Und man nehme die besten Juroren. Hierzulande heisst das: ADC-Mitglieder. Weil die nicht nur jurieren können. Sondern selber juriert worden sind – sonst wären sie in den ADC, den Art Directors Club, nicht aufgenommen worden.

Dann kann's losgehen. Doch nicht ganz so einfach. Die Damen und Herren sind abwechslungsweise besetzt, nicht erreichbar oder abwesend. Erwische ich sie doch, ist die Überraschung umso grösser: Alle sagen sofort zu. Danke David Allemann, Petra Bottignole, Danielle Lanz (die später verhindert ist), Beat Mühlemann, Uwe Schlupf, Urs Schrepfer.

Der Jurierungstag hält weitere Überraschungen für uns bereit: Es sind wieder viele Arbeiten eingereicht worden – mehr als letztes Jahr. Das Niveau ist noch höher. Aber auch der Unterschied zwischen den Arbeiten, die wir auf die Shortlist setzen und jenen, die es nicht ins Körbchen schaffen. Am Schluss sind es nur 10 – statt 12, wie es das Reglement eigentlich vorsieht. Qualität vor Quantität – wie beim ADC.

Wir jurieren – wie beim ADC – «blind». Also ohne zu wissen, wer der Einsender ist. Deshalb sind wir etwas verduzt, als wir feststellen, dass ein Team gleich mit vier Arbeiten auf der Shortlist gelandet ist und ein zweites mit zwei. Doch wie sangen schon ABBA? «The winner takes it all.»

Andreas Prokesch, Jurypräsident

WEMF Status zum Änderungsantrag für das Auflage- reglement

Anlässlich der letzten Sitzung der Projektgruppe Q-Publikation nahm Marco Bernasconi, Geschäftsführer WEMF, persönlich zum Antrag respektive zum weiteren Vorgehen Stellung. Marco Bernasconi erläutert, wie die WEMF respektive die verschiedenen Gremien beabsichtigen, das bestehende Reglement als Projekt inklusive Zeitplan anzugehen. Dabei gilt es, alle eingegangenen Anträge für Anpassungen (nebst den Q-Anträgen sind noch weitere Anträge eingereicht worden) gewissenhaft zu prüfen und diese der KAV (Kommission für Auflage und Verbreitung) sowie Geschäftsleitung und VR vorzulegen.

Im Sinne der Gleichbehandlung aller Verlage ist es nicht möglich, eine Reglementsänderung während einer laufenden Erhebungsperiode durchzuführen. Der aktuelle Projektplan sieht vor, dass ein überarbeitetes Reglement ab 1. Juli 2008 zur Anwendung bereit ist. Die ersten Zahlen nach neuem Reglement würden dann am 1. Oktober 2009 publiziert. Der geordnete Projektablauf soll dazu beitragen, Schnellschüsse zu vermeiden, alle daran Beteiligten mit einzubeziehen und laufend darüber zu informieren.

Die angeregte Diskussion konzentrierte sich unter anderem auf die im eingereichten Antrag beschriebene unterschiedliche Handhabung und Publikation bei den Definitionen «WEMF/SW-Beglaubigung» oder «Postbestätigung WEMF». Der Wunsch wäre, dass man auf eine diesbezügliche Anpassung – Publikation beider WEMF-Beglaubigungsarten in öffentlich zugänglichen

Verzeichnissen – nicht unbedingt zwei Jahre wartet. Denn bereits bei der letzten Beglaubigung haben zahlreiche Titel auf eine WEMF-Beglaubigung verzichtet und sind auf einen Notar ausgewichen.

Für die Ausschreibungen zum Gütesiegel Q-Publikation 2008 (ab Juni 2007) müssten, weil die WEMF-Beglaubigung ein zentrales Aufnahmekriterium bleiben wird, diese Definitionen klar geregelt sein. Marco Bernasconi und sein Team wollen klären, ob die Thematik der Publikation beider WEMF-Beglaubigungsarten in öffentlich zugänglichen Verzeichnissen für die Q-Publikationen zeitlich vorgezogen werden könnten. Das Q-Projektteam bleibt also weiter dran.

marco.bernasconi@wemf.ch
toni.vetterli@schweizerpresse.ch

Nutzermarkt Abo-Sommerspiel 2007

Die Beliebtheit unserer Gewinnspiele steigt rasant. Bereits übertrifft das kürzlich abgelaufene Winter-spiel 2006/07 mit über 58'300 Probeabo-Bestellungen à Fr. 20.– den Rekord des Sommerspiels 2006 um 8'000 Bestellungen. Dies bedeutet eine Bestellquote von 1% der gestreuten Auflage.

Alle Zeichen stehen weiterhin auf grün: Aufgrund der bereits erfolgten Anmeldungen zur Teilnahme am grossen Sommergewinnspiel 2007 der Schweizer Presse (nur für Mitgliedsverlage) rechnen wir für das Sommergewinnspiel wieder mit einer grossen Verlagsbeteiligung, und demzufolge auch mit hohen Bestellquoten und tiefen Cost per Order für die teilnehmenden Publikationen. Als attraktive Wettbewerbspreise sind 4 Mercedes 170 A im Gesamtwert von Fr. 141 000.– zu gewinnen.

Recht Strafbares Spamming

Spamming ist neu auch in der Schweiz strafbar. Am 1. April ist, nebst dem neuen RTVG, auch das revidierte Fernmeldegesetz (FMG) in Kraft getreten. Wer gewerblich Spam, d.h. automatische Werbung über Fernmeldedienste wie E-mail, Fax, Anrufmaschine, SMS oder MMS versendet, macht sich strafbar. Betroffene können sich wehren, indem sie vom Provider oder der Telefongesellschaft Auskunft über Name und Adresse des Absenders einholen können. Spamming wird nur auf Antrag verfolgt und kann mit Busse und Freiheitsstrafe geahndet werden. Auf der andern Seite sind Fernmeldediensteanbieter nach neuem FMG verpflichtet, Spam-Massenwerbung ihrer Kunden unverzüglich zu unterbinden, sobald sie davon Kenntnis erhalten.

Schwachpunkte bleiben, dass die Daten der Werbetreibenden überhaupt erst bekannt sein müssen und dass die Eruiierung und Verfolgung von Spam-Absendern in der Praxis wohl auf die Schweiz beschränkt bleiben wird. Auch Deutschland kennt seit dem 1. März einen besseren Verbraucherschutz gegen Spam-Werbung, in der EU und den USA sind ebenfalls Regelungen in Kraft. Eine internationale Koordination der Regelungen und Verfolgung ist vonnöten, um gegen die Spam-Verseuchung ankommen zu wollen.

catherine.mueller@schweizerpresse.ch

presseabo.ch

DAS ABO-PORTAL DER SCHWEIZER PRESSE

Medieninstitut Spiderman im Mediennetz – Offside für Medien an der Euro 2008

Die Medienrechtstagung behandelt dieses Jahr aktuelle und brisante Themen, die für Medienmacher und Medienjuristen von grossem Interesse sind. Das Schwerpunktthema am Morgen beschäftigt sich mit dem rechtlichen Aspekt der Inhaltverwendung in der digitalen Medienwelt. Dabei lotet **Catherine Mueller**, Rechtskonsultantin Verband SCHWEIZER PRESSE, die Grenzen der unbeschränkten Möglichkeiten am Beispiel von Google World aus. **Christoph Born** behandelt die Urheberrechtsfragen bei Pressespiegeln, zudem wird die Frage gestellt, ob Werbung im Web zu Freiwild wird.

Im Weiteren befasst sich Matthias Schwaibold mit den Konsequenzen des Bundesgerichtsurteils zum Fall Schnyder auf die Redaktionen. **Urs Saxer** zeigt die Auswirkungen des Heilmittelgesetzes auf die Medien auf.

Martin Dumermuth, Direktor Bundesamt für Kommunikation (Bakom), referiert zum Thema: Ein Gesetz wird Realität – aktuelle Fragen der Umsetzung des neuen RTVG. Wann dürfen versteckte Kameras wie eingesetzt werden? **Peter Studer** erläutert die Spielregeln.

Ohne Medien kein Sport: Bei der Euro 08 wird im Vorfeld hart um die Spielräume und Spielregeln für die redaktionelle und kommerzielle Abdeckung gekämpft. Wer verfolgt welche Interessen? Welche rechtlichen und vertraglichen Rahmenbedingungen sind bereits gesetzt? Und was heisst das für die redaktionell und kommerziell Verantwortlichen von Medien? Antworten dazu erhalten Sie

an der Medienrechtstagung unter anderem von **Sandro Macchiachini**, Tamedia und **Andrew Moger**, Vertreter der European Newspaper Publishers' Association.

Termin: 10. Mai 2007, ab 9.00 bis ca. 17.30 Uhr

Achtung neuer Ort: Hotel Krone Unterstrass, Schaffhauserstrasse 1, 8006 Zürich

Informationen / Anmeldung: info@medieninstitut.ch,
www.medieninstitut.ch

Neuer Kurs Mechanismen der Medienbranche

Die Faszination der Medienbranche ist gross, ebenso ihre Dynamik. Wer in der oder für die Medienwirtschaft tätig sein will, muss sich permanent mit den neuesten Entwicklungen auseinandersetzen. Der Kurs Mechanismen der Medienbranche vermittelt den aktuellen Wissensstand sowohl für Brancheneinsteiger wie auch bereits im Medienbereich Beschäftigte, die sich wieder einmal eine Gesamtchau verschaffen wollen. Der Besuch des gesamten Kurses wird mit einem Zertifikat bestätigt, der Besuch von einzelnen Modulen mit einem Attest. Das Kursprogramm gestaltet sich wie folgt:

1. Entwicklungen der Medienbranche

Termin: 6./7. September

2. Redaktion/ Produktion

Termin: 13./14. September

3. Nutzer-/Werbemarketing

Termin: 11./12. Oktober

4. Organisation von Medienunternehmen

Termin: 25./26. Oktober

5. IT in Medienunternehmen

Termin: 1./2. November

Weitere Informationen zum Kurs Mechanismen der Medienbranche:

www.medieninstitut.ch/pdf/Ausschreibung07MdM.pdf

MENSCHEN MACHEN MEDIEN

JAHRESKONGRESS DER SCHWEIZER PRESSE
20.–22. SEPTEMBER 2007 KKL LUZERN

Informationsanlass vom 15. Mai 2007

Das Medieninstitut lädt alle Interessierten an einen Informationsanlass über die Angebote des Medieninstituts und einen anschliessenden Apéro ein. Erstmals vorgestellt wird der neue Weiterbildungskurs Mechanismen der Medienbranche. In vier Modulen à zwei Tagen wird das aktuelle Grundwissen der Branche vermittelt, in einem 5. Modul ist IT in Medienunternehmen das Thema. Orientiert wird zudem über die Kurse Medienfachleute und Medienmanagement, die auf eidgenössische höhere Berufsprüfungen vorbereiten, sowie über Seminare und Tagungen.

Termin: Dienstag, 15. Mai 2007, 17 Uhr

Ort: Medieninstitut, Konradstrasse 14, 8021 Zürich

Anmeldungen an: info@medieninstitut.ch

Ausschreibung der Prüfung für MedienmanagerInnen

Das Medieninstitut organisiert die eidgenössische höhere Fachprüfung für MedienmanagerInnen. Die öffentliche Ausschreibung der Prüfungen ist gesetzlich vorgeschrieben. Das Verfassen einer Diplomarbeit ist ein wesentlicher Bestandteil der Prüfung.

Der Kurs Medienmanagement des Medieninstitutes bereitet auf diese Prüfung vor. Er ist jedoch keine Bedingung für die Zulassung zur Prüfung. Kurs und Prüfung werden vom Medieninstitut alle zwei Jahre organisiert. Der aktuell laufende Kurs startete Ende August 2006, die Prüfungen finden im Februar 2008 statt. Der nächste Kurs Medienmanagement wird im August 2008 starten und die entsprechenden Prüfungen werden anfangs 2010 durchgeführt.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: www.medieninstitut.ch/diplomkurse.shtml

Veranstaltung Peopleconnect

«CLASSIFIEDS 2.0 – User, Inserenten und Medien im Jahr 2012»

Konsumenten vernetzen sich und informieren sich zunehmend unabhängig von Herstellern und etablierten Medien. Das Vertrauen in Meinungswissen (z.B. Wikis, Blogs) nimmt zu, Empfehlungen von Internet-Usern werden kaufentscheidend und bisher unbekannte (Gratis-)Anbieter kontrollieren plötzlich einen stattlichen Anteil der Rubrikanzeigen. Offene Stellen und Immobilienobjekte finden über neue Kanäle zu neuen Interessen-

ten. Die fortschreitende Digitalisierung verändert die Mechanismen, die bisher das Mediennutzungsverhalten bestimmten. Die Aussichten für Verleger und Medienhäuser sind ungewiss, Rubrikinserenten kämpfen um die Übersicht im Geschehen und Marktplatzbetreiber versuchen, auf die richtige Technologie zu setzen.

Wie verhalten sich die Konsumentinnen und Konsumenten in fünf Jahren? Wie sehen dann die relevanten Medien aus? Welche Geschäftsmodelle versprechen Erfolg?

Diesen Fragen und weiteren geht Peopleconnect – Das Classified-Forum 2007 von Publicconnect am **3. Mai 2007 im World Trade Center Oerlikon** nach.

Kosten: CHF 190.-

Informationen und Anmeldung im Internet unter www.eventconnect.ch

Anmeldeschluss: 17. April.

Publikationen

VSW-Katalog der Schweizer Presse 2007

Dieser Tage ist die Ausgabe 2007 des Kataloges der Schweizer Presse – Ausgabe Zeitschriften – erschienen. Im handlichen Nachschlagewerk finden Sie wiederum alle wesentlichen Basisdaten für die Platzierung von Inseratewerbung in Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse, Spezial- und Fachpresse. Alle Angaben wurden mit Stichtag 1. März erhoben.

Im Katalog sind alle dem VSW bekannten Titel – unabhängig von Grösse und Bedeutung – aufgeführt. Für jeden Titel finden Sie Angaben über Auflage, Erscheinungsweise, Satzspiegel, Spalteneinteilung,

Einheitstarife sowie Seitenpreise schwarz/weiss, 2- und 4-farbig. Das Nachschlagewerk ist auf die Gewinnung einer raschen Übersicht ausgelegt und kann auch für einfache Grobbudgetplanungen (Seitenpreise) verwendet werden.

Bestellungen (CHF 35.- zuzüglich MWST und Versand):
VSW Verband Schweizerischer Werbegesellschaften, Rue Etraz 4, Postfach 5000, 1002 Lausanne. Telefon 021 317 86 61, Fax 021 317 86 66 oder direkt via Homepage VSW: www.vsw-assp.ch

Internethinweise

Gattung Print

- www.presseabo.ch
Das neue Abo-Portal der SCHWEIZER PRESSE.
- www.impressum.com
Verlags- und Redaktionsdaten der Schweizer Presse.
- www.publimedia.ch
Print works: Erfolgsfaktoren Zeitungswerbung, Gründe für Printwerbung, neues Selbstbewusstsein bei Print u.a.
- www.schweizerpresse.ch/de/youngcreative
2. Young Creative Wettbewerb «Das Inserat»

Crossmedia

- www.schweizerpresse.ch/crossmedia
«Werbung ohne Inserate? Ich bin doch nicht cross.»

Statistiken Printmarkt

- www.wemf.ch
Nationale Reichweitenstudien der Printmedien in der Schweiz, Konsummediastudien, Zielgruppenstudien, Intermediastudie.

- www.wemf.ch
Inseratstatistik Schweizer Presse/VSW, Werbeaufwand Schweiz (Nettowerbeinvestitionen in der Schweiz im Zeitvergleich), Auflagebeglaubigung, Verbreitungsdaten der Schweizer Presse.

- www.wemf.ch
Studien über die Internetnutzung in der Schweiz sowie über die beglaubigten Zugriffe auf Sites, Intermediastudie.

- www.publicitas.ch
Publicitas-Index: Die Entwicklung der Werbeausgaben in der Tagespresse.

Verkaufsförderungsangebote

- www.admarketplace.ch
Der B2B-Marktplatz für Themenbeilagen und Verkaufsförderungsangebote von Schweizer Zeitungen und Zeitschriften sowie Websites.

Alle Medien, Informationen und Links, Planungstools

- www.mediasearch.ch
Der OneStopShop.
- www.schweizerpresse.ch/de/pdf/medienbudget
Das Medienbudget der Schweizer Haushalte.

Kommunikations-Dienstleistungen

- www.qpublikation.ch
Davon profitieren Q-Publikationen.

Aus- und Weiterbildung

- www.medieninstitut.ch
Die laufenden Seminarangebote des MEDIENINSTITUTS.

Termine SCHWEIZER PRESSE

3. Mai	Departement E-Medien & Technik: Fachgruppe Online
8. Mai	Departement Nutzermarkt: Leitungsausschuss
8. Mai	Departement Werbemarkt: Projektgruppe Markttransparenz
10. Mai	MEDIENINSTITUT: Medienrechtstagung
14. Mai	Departement Recht: Fachgruppe MWST
15. Mai	MEDIENINSTITUT: Informationsanlass Mechanismen der Medienbranche
22. Mai	Departement Werbemarkt: Projektgruppe Gattungsmarketing
25. Mai	Departement Werbemarkt: Leitungsausschuss
26. Mai	Departement Aussenbeziehungen: Leitungsausschuss
6. Juni	Departement Werbemarkt: Projektgruppe Q-Publikationen

Andere Termine

3. Mai	Peopleconnect – Das Classified-Forum von Publicconnect, Oerlikon
4. Mai	Tag der Werbung, Lenzburg
10. Mai	Goldbach Mediarena, Zürich
11. Mai	ASW-Generalversammlung, Sargans
22. Mai	ADC-Buchvernissage, Zürich

Weitere Informationen auch unter:

- www.persoendlich.com/agenda/i_aktuell.cfm
- www.kleinreport.ch/party.phtml
- www.werbewoche.ch/events/
- www.mediaforum.ch/pressespiegel
- www.journalists.ch/aktuell/agenda.shtml