MVFP
Medienverband der freien Presse

MEDIENVERBAND DER FREIEN PRESSE JAHRESPRESSEKONFERENZ 2022

Berlin, 26. April 2022

MVFP-JAHRESPRESSEKONFERENZ 2022

KRISENHORIZONT FÜR DIE MEDIENBRANCHE

Auf der Konsumentenseite

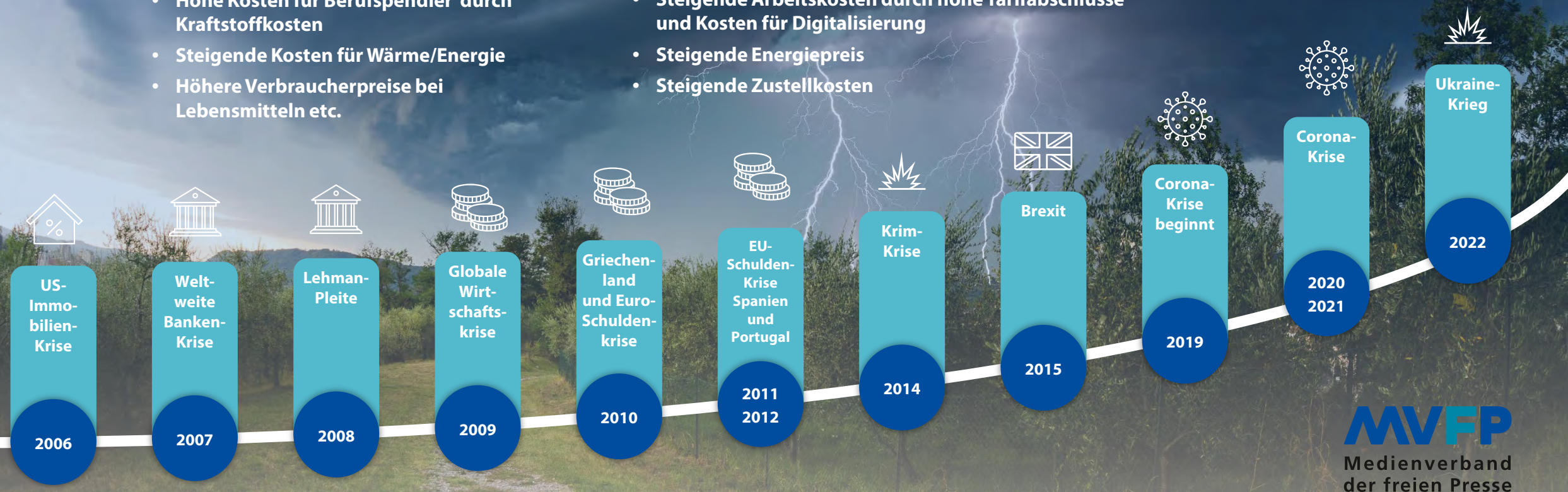
„Sinkendes frei verfügbares Einkommen geht zu Lasten der flexiblen Teile des Medienbudgets“:

- **Inflationsrate > sieben Prozent**
- **Hohe Kosten für Berufspendler durch Kraftstoffkosten**
- **Steigende Kosten für Wärme/Energie**
- **Höhere Verbraucherpreise bei Lebensmitteln etc.**

Auf der Unternehmensseite

„Gestiegene Kosten gefährden Renditen und schränken Investitionsfähigkeit ein“:

- **Rasant steigende Papierpreise und Papierknappheit**
- **Steigende Arbeitskosten durch hohe Tarifabschlüsse und Kosten für Digitalisierung**
- **Steigende Energiepreis**
- **Steigende Zustellkosten**



MVFP
Medienverband der freien Presse

Foto: iStock - Jurkos

MVFP
Medienverband der freien Presse

UNABHÄNGIGE VERLAGE

LÜGENPRESSE-KAMPAGNEN

ÖFFENTLICH-RECHTLICHER RUNDFUNK

ÜBERBORDENDE REGULIERUNG

DIENSTLEISTER-KONZENTRATION
PAPIER, SPEDITION, POST

APPLE

FAKE MEDIA PROPAGANDA

DUOPOL DER TV-VERMARKTER

AMAZON

ALPHABET
GOOGLE-SUCHE, ANDROID, CHROME, YOUTUBE

EINSCHÜCHTERUNG UND REPRESSION

META
FACEBOOK, WHATSAPP, INSTAGRAM

CYBER-ATTACKEN

KONZENTRATION BEI DEN MEDIA-AGENTUREN

MVFP-JAHRESPRESSEKONFERENZ 2022

MEDIENPOLITIK

Berlin, 26. April 2022

MVFP

Medienverband der freien Presse

Foto: iStock - metamorworks

MVFP-JAHRESPRESSEKONFERENZ 2022

DISKRIMINIERUNGSFREIE PRESSEFÖRDERUNG NOTWENDIG

Berlin, 26. April 2022

MVFP
Medienverband der freien Presse

Foto: iStock - MIenny

BIS ZU EIN DRITTEL DER ZEITSCHRIFTENTITEL STARK GEFÄHRDET – PRESSEFÖRDERUNG NOTWENDIG

MVFP Medienverband der freien Presse

Das Koalitionsvorhaben der Förderung periodischer Presse und damit auch der Zeitschriften ist für den Erhalt der Pressevielfalt unabdingbar:

Bei einer Fortschreibung der Entwicklungen sind **bis 2024** bis zu **80 Prozent der konfessionellen Medien,** bis zu **30 Prozent der Fachmedien-Titel** sowie bis zu **20 Prozent der Publikumsmedien** in Deutschland in ihrer **Existenz stark gefährdet.**

Das zeigt eine Branchenanalyse, die gemeinsam von der Unternehmensberatung Schickler und dem VDZ (an dessen Stelle der MVFP getreten ist) im März/April 2021 durchgeführt wurde.

Danach sind insgesamt 32 Prozent oder mehr als 2.000 von über 7.000 Zeitschriftentiteln gefährdet oder stark gefährdet.

Starke Existenzgefährdung:

Quelle: „Lagebericht der Zeitschriftenmedien in Deutschland", Branchenanalyse der Schickler-Unternehmensberatung in Kooperation mit dem VDZ, Datenerhebung im März/April 2021; Foto: iStock - fcafotodigital

EXISTENZGEFÄHRDUNG HEUTE NOCH DRAMATISCHER

MVFP Medienverband der freien Presse

Die Situation ist **heute noch dramatischer** als zum Zeitpunkt der Datenerhebung 2021:

- Weder konnten die **Papier**preis-Explosion, das Ausmaß der Mindestlohn-Erhöhung als **Post**zustellkosten-Faktor in 2022 noch die **Energie**preis-Steigerungen berücksichtigt werden.
- Die Lage hat sich insbesondere im Zuge exorbitanter Papierpreis-Erhöhungen derart verschärft, dass in sehr viel kürzerer Frist Titeleinstellungen drohen können.

Damit droht ein massiver und irreparabler Schaden für die demokratie-notwendige Pressefreiheit.

Die kontinuierliche Information und vertiefte Bildung zu allen beruflich wie privat relevanten Themen, die die Redaktionen von über 7.000 Zeitschriftentiteln leisten, ist ebenso einmalig und unverzichtbar wie die Leistung der aktuellen Nachrichtenmedien, die über alles informieren, was das Schlaglicht der Tagesaktualität erfasst.

Foto: iStock - giocalde

OBJEKTIVER UND NICHT SELEKTIVER FÖRDERMAßSTAB UNABDINGBAR

MVFP
Medienverband der freien Presse

Deshalb ist es dringend erforderlich, dass **die Koalition endlich eine ordnungspolitisch unbedenkliche Förderung von Zeitschriften und Zeitungen umsetzt**.

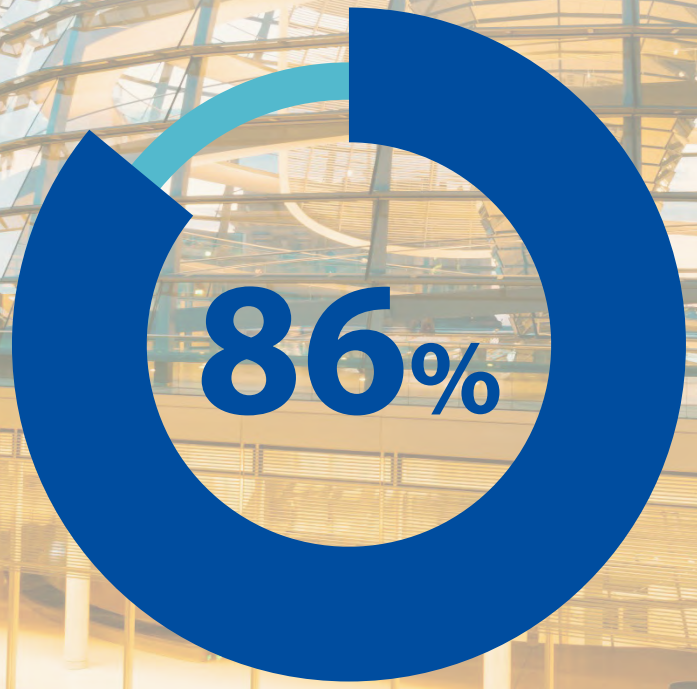
Von größter Bedeutung ist dafür ein nicht selektiver und objektiver Maßstab der Förderung, der den Wettbewerb innerhalb der Presse nicht verzerrt.

Ein mögliches Beispiel dafür könnte die Anknüpfung an versendete oder verbreitete Exemplare von Zeitschriften und Zeitungen sein.

: iStock - industryview

KLARES VOTUM DER BEFRAGTEN VERLAGE FÜR PRESSEFÖRDERUNG

MVFP
Medienverband der freien Presse



…halten eine **diskriminierungsfreie Förderung auch aller Zeitschriften** für wichtig, um signifikant gestiegene und weiter steigender Kosten für Zustellung, Papier und Energie abzufedern und den Verlagen die Chance auf weitere Investition in die digitale Transformation zu ermöglichen.

Quelle: MVFP Trendumfrage 2022; repräsentiert 2/3 des Branchenumsatzes; Foto: iStock - Mlenny

ENERGIE, PLATTFORMEN, DATEN-VERARBEITUNG, REGULIERUNG

Sicherstellung der für das kontinuierliche Erscheinen von Zeitschriften erforderlichen Gas-Versorgung

- für die **Herstellung von Zeitschriften- und Zeitungspapier**
- für den **Druck von Zeitschriften und Zeitungen**
- ggfs. als **nötige Sekundär-Energie** für die Logistik des Pressevertriebs im Grosso etc.

im Fall einer Verknappung und hoheitlicher Zuteilungsplanung

Fairer und diskriminierungsfreier Zugang aller Publikationen zu digitalen Torwächter-Plattformen (Entgelt für Verlegerrecht, Beschränkung gesetzlich zulässiger Datenverarbeitung der Verlage durch Digitalmonopole)

MVFP
Medienverband der freien Presse

Verteidigung hinreichender Datenverarbeitungs-möglichkeiten digitaler Presse (Werbung, Vertrieb, Reichweitenmessung) gegenüber neuen Gesetzes-initiativen und bei der Anwendung geltenden Rechts

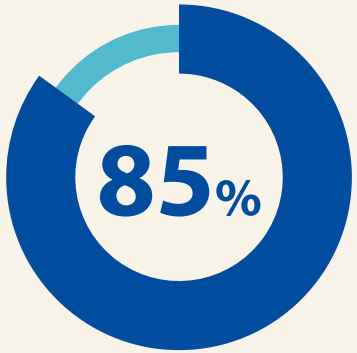
Verteidigung der redaktionellen Freiheit aller gedruckten und digitalen Pressepublikationen in den Schranken der allgemeinen Gesetze (keine AGB-Zensur von Plattform-Monopolen, europäische Presse-Regulierung durch einen „Akt über Medienfreiheit“ etc.)

Verteidigung des Abonnementvertriebs (Telefonmarketing) und der medialen Werbefreiheit

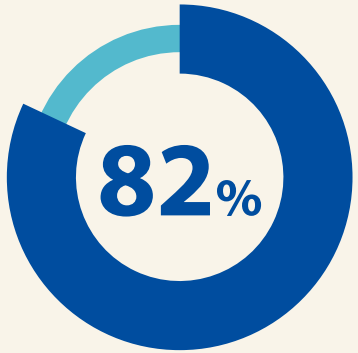
Foto: iStock - metamorworks

MONOPOL-REGULIERUNG UND ABO-MARKETING

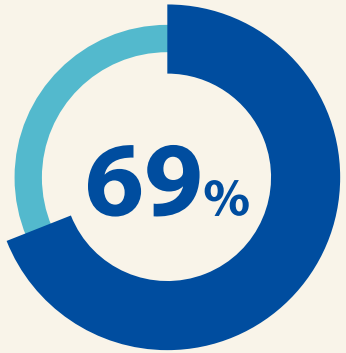
MVFP
Medienverband der freien Presse



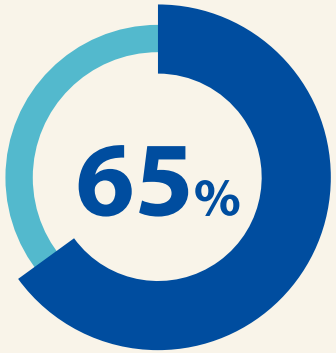
fordern eine Verpflichtung der Digital-Monopole, alle Zeitschriften- und Zeitungsmedien **diskriminierungsfrei** für die Nutzung des Presseverlegerrechtes zu entlohnen. Kein Einziger hält es für ausreichend, wenn die Digitalmonopole ausgewählte Medien für die Verwertung ihrer Inhalte bezahlen.



sehen **erhebliche Gefahren für das Digitalgeschäft** durch die weitere Monopolisierung der wirtschafts- und werberelevanten Datenverarbeitung durch die Digital-Plattformen (Apple, Google).



fordern, dass **alle legalen Presseinhalte,** die offline am Kiosk verbreitet werden dürfen, **auch auf digitalen Monopol-Plattformen diskriminierungsfrei zugänglich** sein müssen.



halten **Telefonwerbung für den Erhalt der Abonnement-Auflagen** und die damit verbundenen unverzichtbaren Beiträge zur Finanzierung der Redaktionen **für sehr wichtig** oder **wichtig**.

Diese Verlage gehen davon aus, dass die **Bestätigungslösung** die telefonische Abo-Werbung wenigstens **erschweren** oder gar **unmöglich machen** würde.

Quelle: MVFP Trendumfrage 2022; repräsentiert 2/3 des Branchenumsatzes

MVFP-JAHRESPRESSEKONFERENZ 2022

RELEVANZ UND LEISTUNG DER VERLAGSBRANCHE

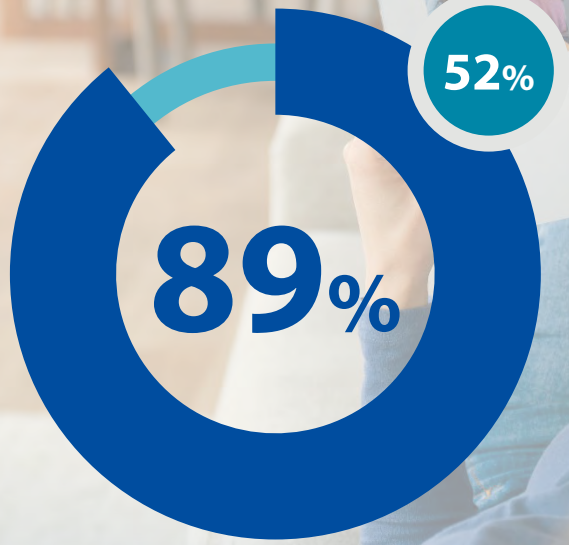
Berlin, 26. April 2022

MVFP
Medienverband der freien Presse

Foto: iStock - metamorworks

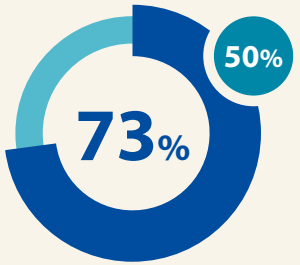
(FAST) ALLE LESEN ZEITSCHRIFTEN

MVFP
Medienverband der freien Presse

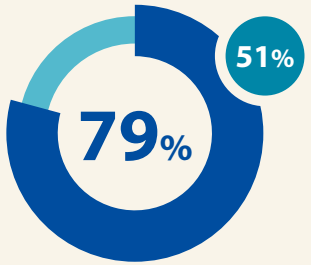


52% davon Leserinnen

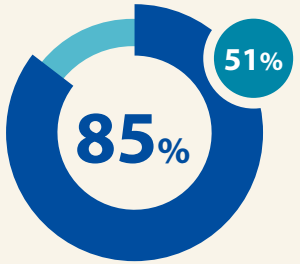
aller Deutschen lesen regelmäßig Zeitschriften



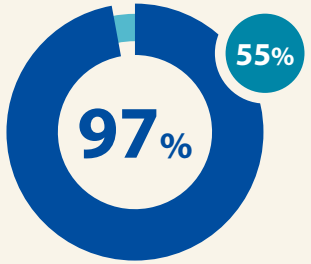
aller Deutschen zwischen 14 und 19



aller Deutschen unter 40



aller Deutschen unter 60



aller Deutschen ab 60

Quelle: B4P 2021-3 | Gesamtreichweite (LpA) PZ-Gesamt
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren; Foto: iStock - Hispanolistic

EINZIGARTIGE VIELFALT DER ZEITSCHRIFTEN-MARKEN

MVFP
Medienverband der freien Presse

PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN

1.305

FACHZEITSCHRIFTEN

5.616

KONFESSIONELLE TITEL

100

ZEITSCHRIFTEN INSGESAMT

7.021

Basis: mindestens quartalsweise erscheinende Publikationen jeweils am Jahresende; Quelle: Wissenschaftliches Institut für Presseforschung und Medienberatung (WIP); Generalinventur der WIP-Datenbank führte ab 2014 zu erheblichen Veränderungen der Titelanzahl; Foto: iStock - ollinka

PUBLIZISTISCHE REICHWEITE WÄCHST DURCH DIGITAL-ANGEBOTE

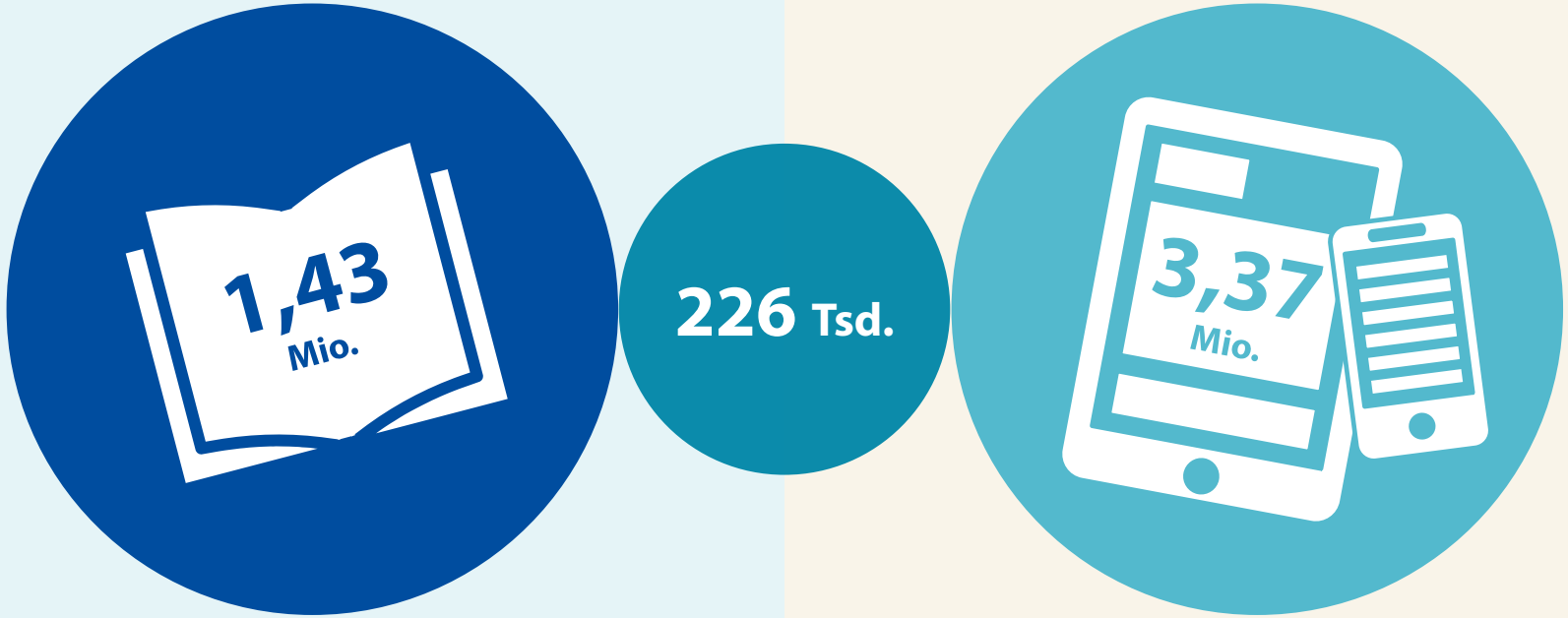
MVFP Medienverband der freien Presse

GESAMTREICHWEITE DER ZEITSCHRIFTEN PRINT UND DIGITAL

PRINT EXKLUSIV
Leser pro Ausgabe

PRINT UND DIGITAL
Nutzer

DIGITAL EXKLUSIV*
Nutzer pro Erscheinungsintervall



*stationär und mobil

Basis: deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren; Mittelwert Leser pro Ausgabe und Nutzer pro Print-Erscheinungsintervall (monatliche Titel = NpM; wöchentliche Titel = NpW) über 58 in B4P erhobene Zeitschriften und Digital-Angebote; B4P 2021-III

PRESSEVIELFALT FÜR ALLE LESER-INTERESSEN

MVFP
Medienverband der freien Presse

70 Monatliche Frauenzeitschriften

68 Wohn- und Gartenzeitschriften

47 Kinder-zeitschriften

46 Sport-zeitschriften

38 Konfessionelle Zeitschriften

33 Wöchentliche Frauenzeitschriften

33 Motor-presse

29 Stadt- und Veranstaltungsmagazine

28 Programm-zeitschriften

26 Wirtschafts-presse

26 Ess-zeitschriften

24 Aktuelle Zeitschriften und Magazine

17 Wissensmagazine

16 Gesundheitsmagazine

16 Naturzeitschriften

7 Jugendzeitschriften

7 Elternzeitschriften

10 Sonstige Zeitschriften

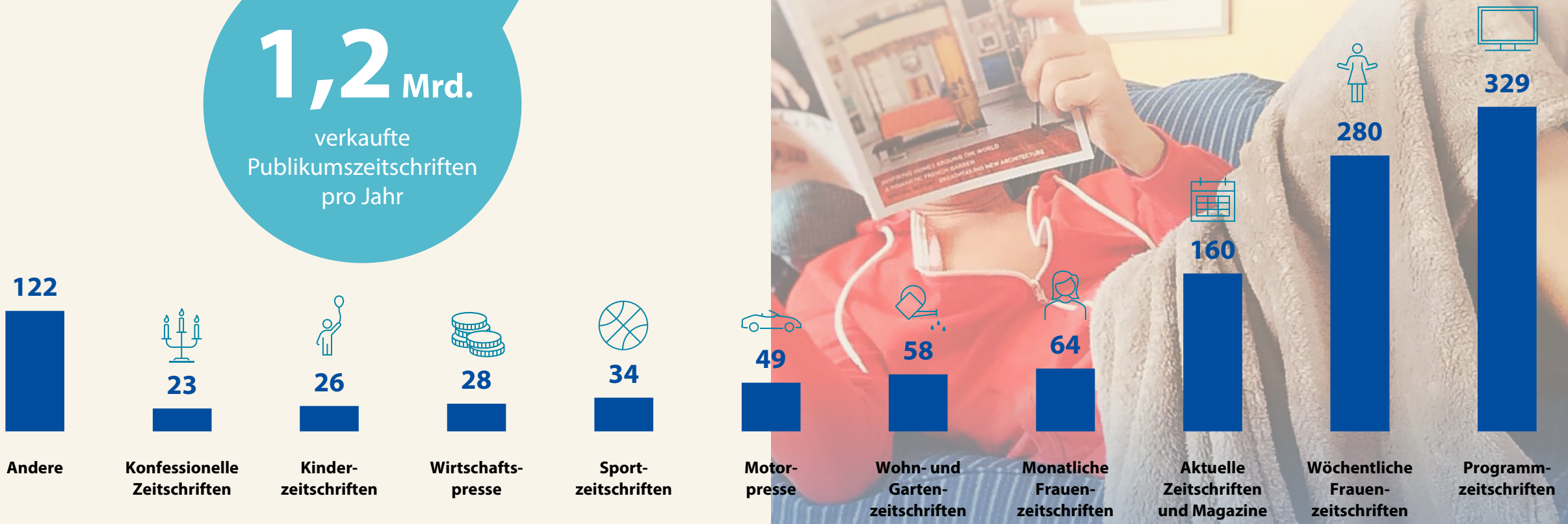
23 Andere

Quelle: IVW 2021-4;
Anzahl gemeldeter Titel in der Gattung Publikumszeitschriften;
Illustrationen: freepik – pch.vector

14 VERKAUFTE HEFTE FÜR JEDEN IN DEUTSCHLAND

MVFP
Medienverband der freien Presse

1,2 Mrd.
verkaufte Publikumszeitschriften pro Jahr



Quelle: IVW 2021-4, Statistisches Bundesamt | Die Summe verkaufter Hefte pro Jahr in Mio. Exemplaren ergibt sich aus der durchschnittlich verkauften Quartalsauflage multipliziert mit der Anzahl der Ausgaben pro Jahr der Publikumszeitschriften mit nationaler Verbreitung in der IVW | Durchschnittswert verkaufter Hefte pro Deutschem und Jahr resultiert aus Division der Summe verkaufter Hefte pro Jahr durch Bevölkerungszahl laut Statistischem Bundesamt für 2021 vom 30.09.2021 (83,22 Millionen Einwohner); Foto: pixabay - Wokandapix

ZEITSCHRIFTEN KOSTEN IM SCHNITT

MVFP Medienverband der freien Presse

Durchschnittlicher Copypreis aller Publikumszeitschriften

4,28 €

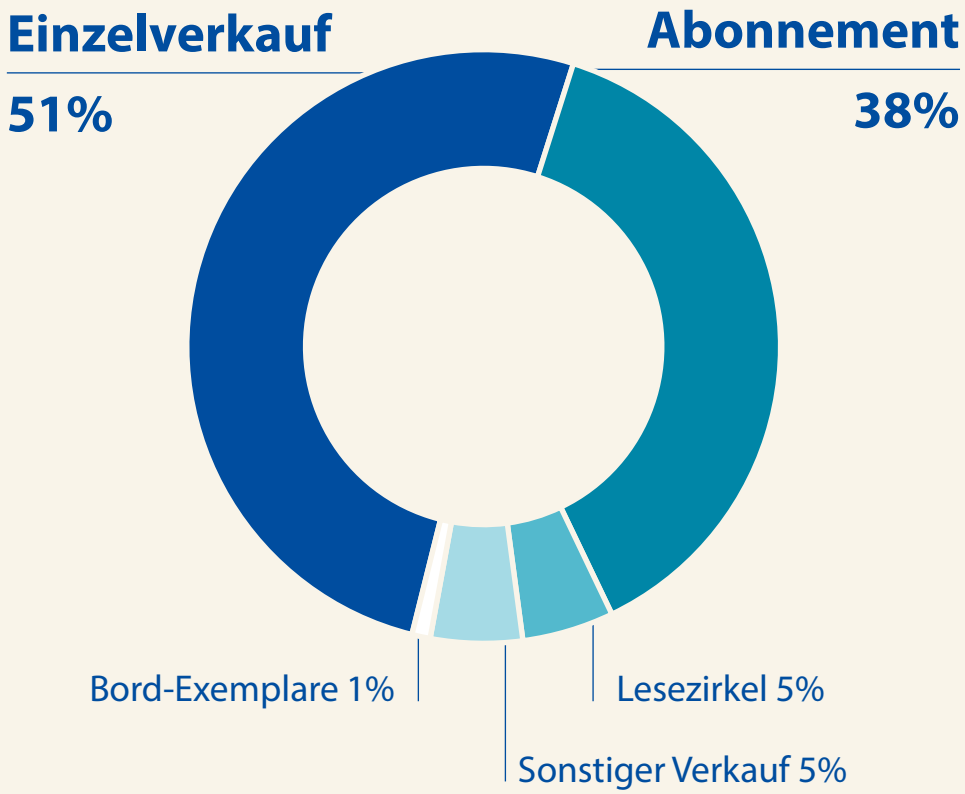
Wirtschaftspresse	7,56 €
Wissensmagazine	7,51 €
Reisezeitschriften	7,48 €
Kino-, Video-, Audio-, Fotozeitschriften	7,46 €
Luft-/Raumfahrt-Magazine	6,33 €
Lifestyle-Magazine	6,32 €
Sportzeitschriften	5,63 €

Naturzeitschriften	5,34 €
Gesundheitsmagazine	5,30 €
Wohn- und Gartenzeitschriften	4,99 €
IT-/Telekommunikationszeitschriften	4,53 €
Aktuelle Zeitschriften und Magazine	4,50 €
Motorpresse	4,37 €
Esszeitschriften	4,28 €
Kinderzeitschriften	4,17 €
Elternzeitschriften	3,80 €
Do-it-yourself-Zeitschriften	3,80 €
Stadt- und Veranstaltungsmagazine	3,78 €
Jugendzeitschriften	3,28 €
Konfessionelle Zeitschriften	3,00 €
Sonstige Zeitschriften	4,70 €

14-tägliche Frauenzeitschriften	2,98 €
Monatliche Frauenzeitschriften	2,58 €
Programmzeitschriften	1,52 €
Wöchentliche Frauenzeitschriften	1,45 €

Quelle: IVW 2021-4;
Anzahl gemeldeter Titel in der Gattung Publikumszeitschriften

VERTRIEB STARKE BASIS DES GESCHÄFTS



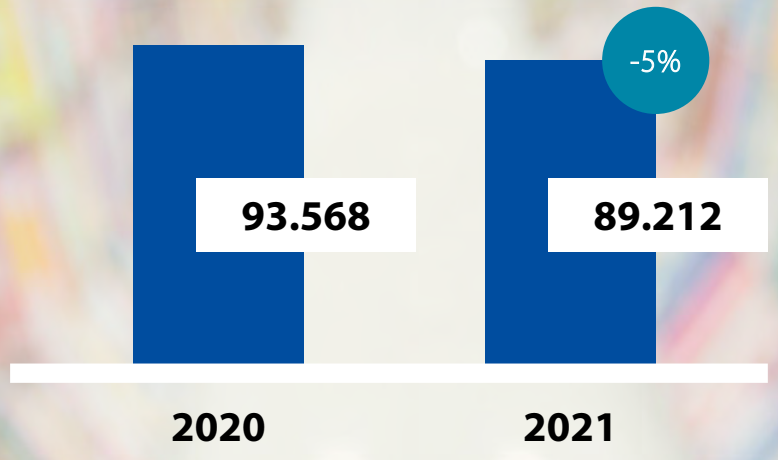
MVFP Medienverband der freien Presse

Quelle: IVW 2021-4; Foto: iStock - ShotShare

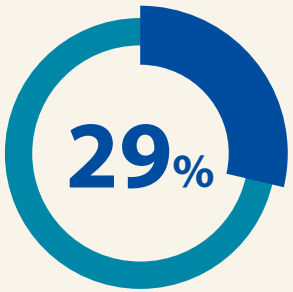
STRUKTURWANDEL IM PRESSEHANDEL HÄLT AN

MVFP
Medienverband der freien Presse

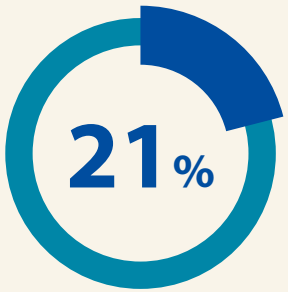
VERKAUFSSTELLEN MIT PRESSESORTIMENT



UMSATZANTEIL



Supermärkte

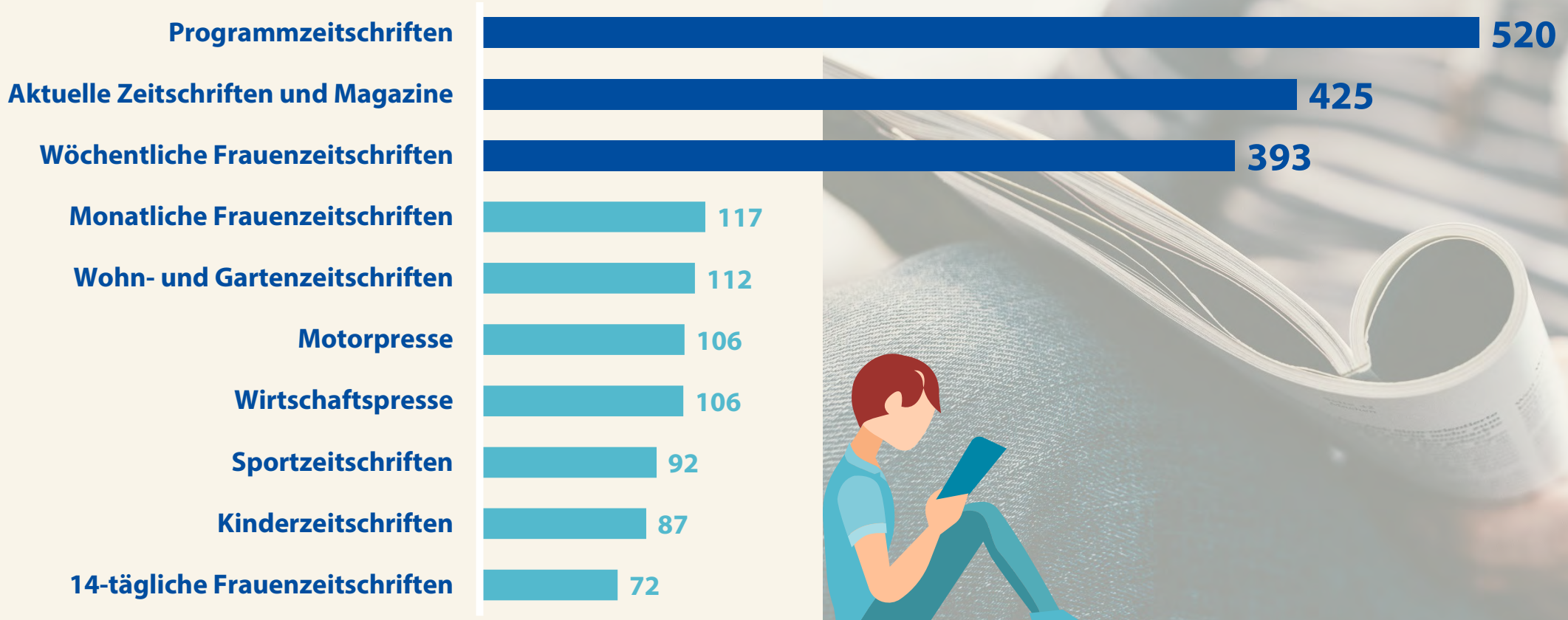


Presse-Fachhandel

Quelle: EHASTRA 2021; Foto: iStock - Thinnapob

PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN: TOP 10 DER UMSATZ-STÄRKSTEN IVW-SEGMENTE IM VERTRIEB

MVFP Medienverband der freien Presse

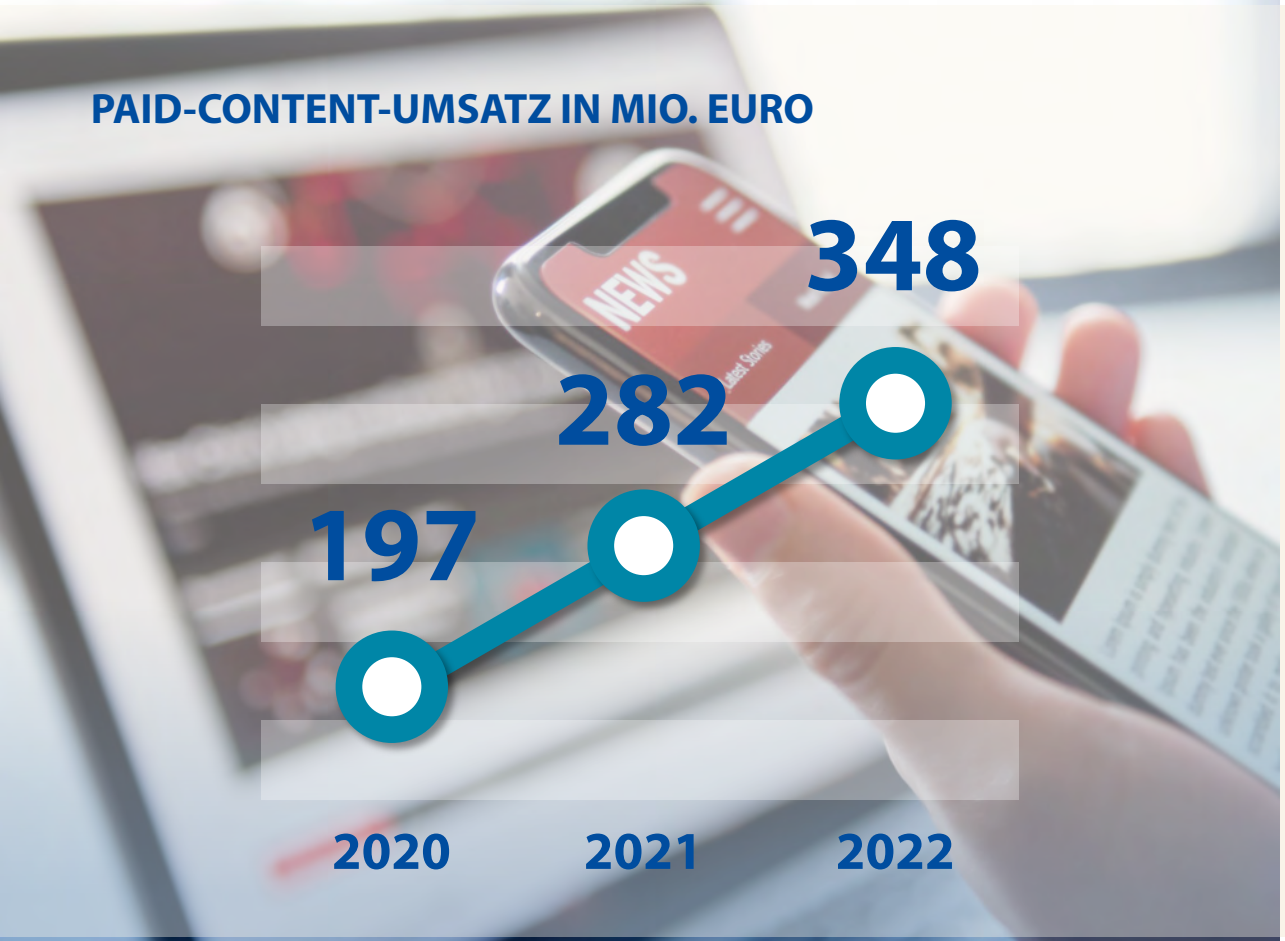


Quelle: IVW 2021-Q1-Q4 | Umsatzhochrechnung EV und Abo in Mio. Euro für insgesamt 435 Zeitschriften in der IVW (EV-/Abo-Verkäufe p.a. x Copypreis in Euro) auf der Basis der Auflagen der IVW 21-Q1-Q4, inkl. E-Paper; Foto: iStock - Christian Horz; Illustrationen: freepik – macrovector

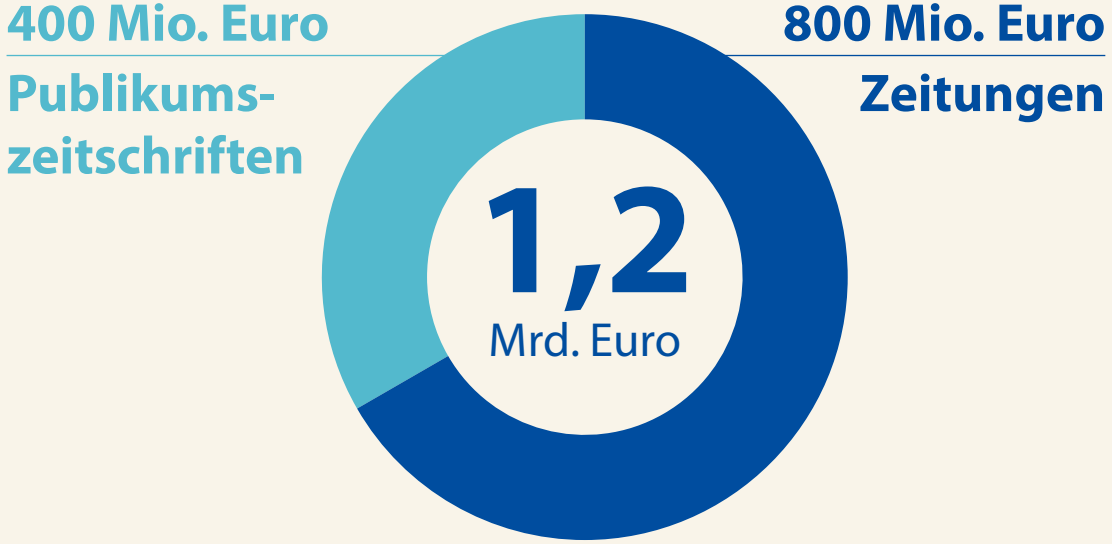
2022 BEREITS 348 MIO. EURO PAID-CONTENT-UMSATZ: WEITER STARKES WACHSTUM BEI ZEITSCHRIFTEN

MVFP
Medienverband der freien Presse

PAID-CONTENT-UMSATZ IN MIO. EURO



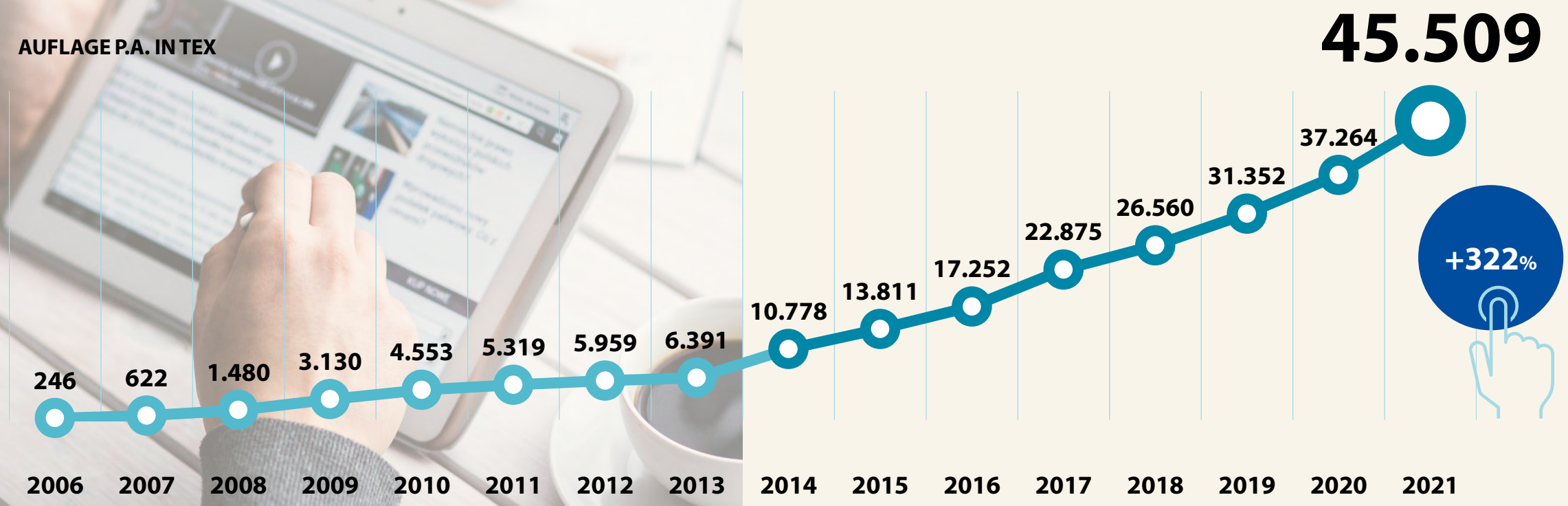
PROGNOSE 2023



Quelle: pv digest Markteinschätzung 2013-2022 / Prognose MVFP; Foto: ipopba – stock.adobe.com

STARKES WACHSTUM: E-PAPER-AUFLAGE SEIT 2014 AUF 45,5 MIO. MEHR ALS VERVIERFACHT

MVFP
Medienverband der freien Presse



Quelle: IVW 2006-2021 | jeweils Durchschnittswerte Q1-Q4, der verkauften ePaper-Auflage multipliziert mit der Frequenz p.a. der in der IVW erfassten nationalen Publikumstitel; Foto: pixabay - kaboompics

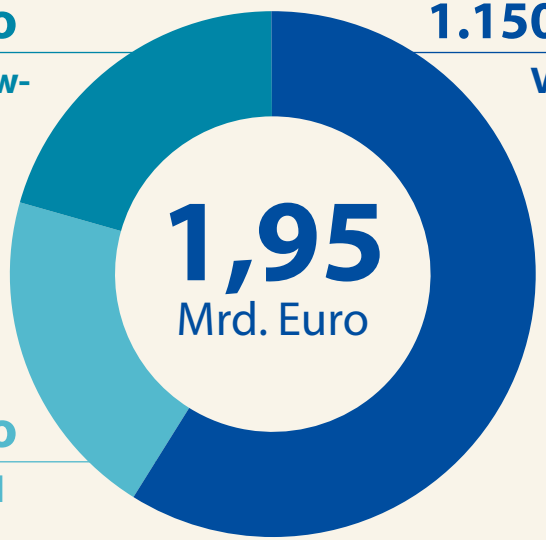
FACHMEDIEN ERZIELEN RUND 1,15 MRD. EURO UMSATZ MIT PAID-CONTENT-ANGEBOTEN

MVFP
Medienverband der freien Presse

DIGITALE VERTRIEBSERLÖSE DER FACHPRESSE

400 Mio. Euro
Software/Workflow-Lösungen

1.150 Mio. Euro
Verkauf Digital-Ausgaben, Datenbanken, Dossiers, Markt-forschung

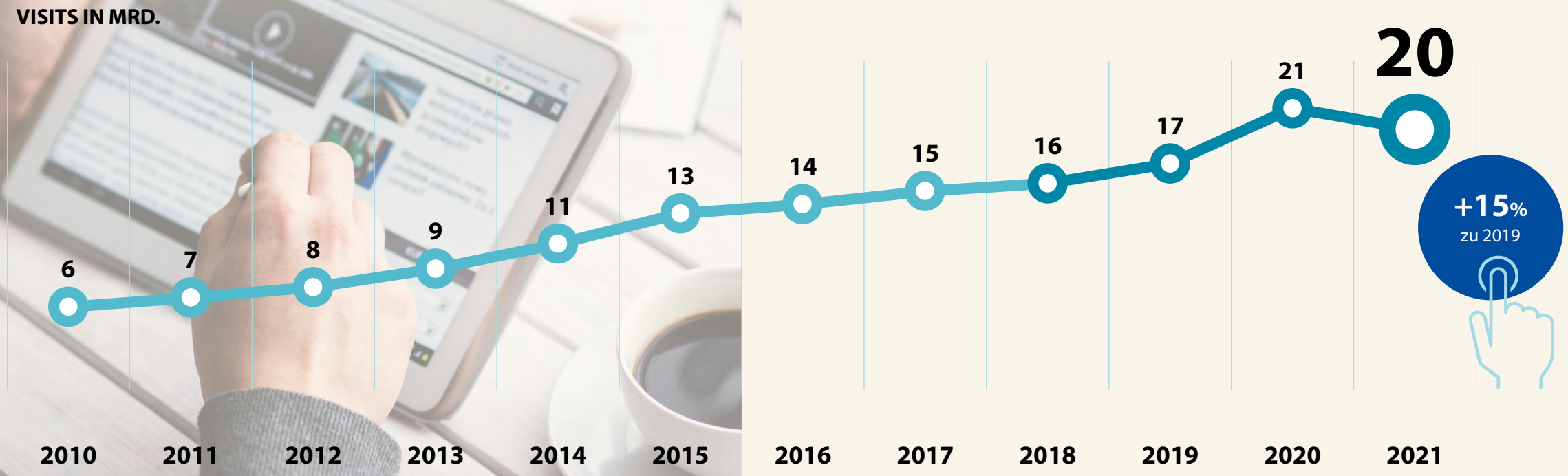


400 Mio. Euro
Fachbücher digital

Quelle: Fachpresse-Statistik 2021; Foto: ipopba – stock.adobe.com

ZEITSCHRIFTENMARKEN WACHSEN DIGITAL

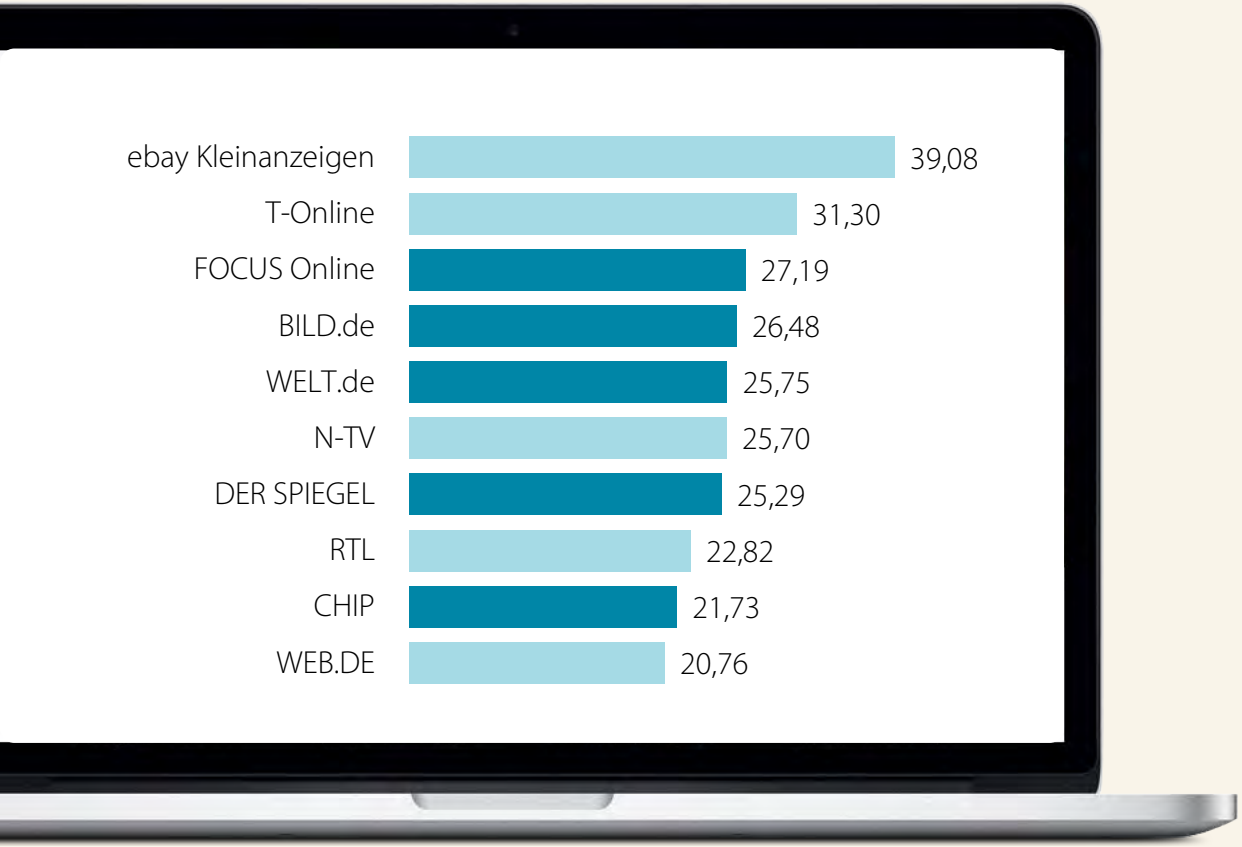
MVFP
Medienverband der freien Presse

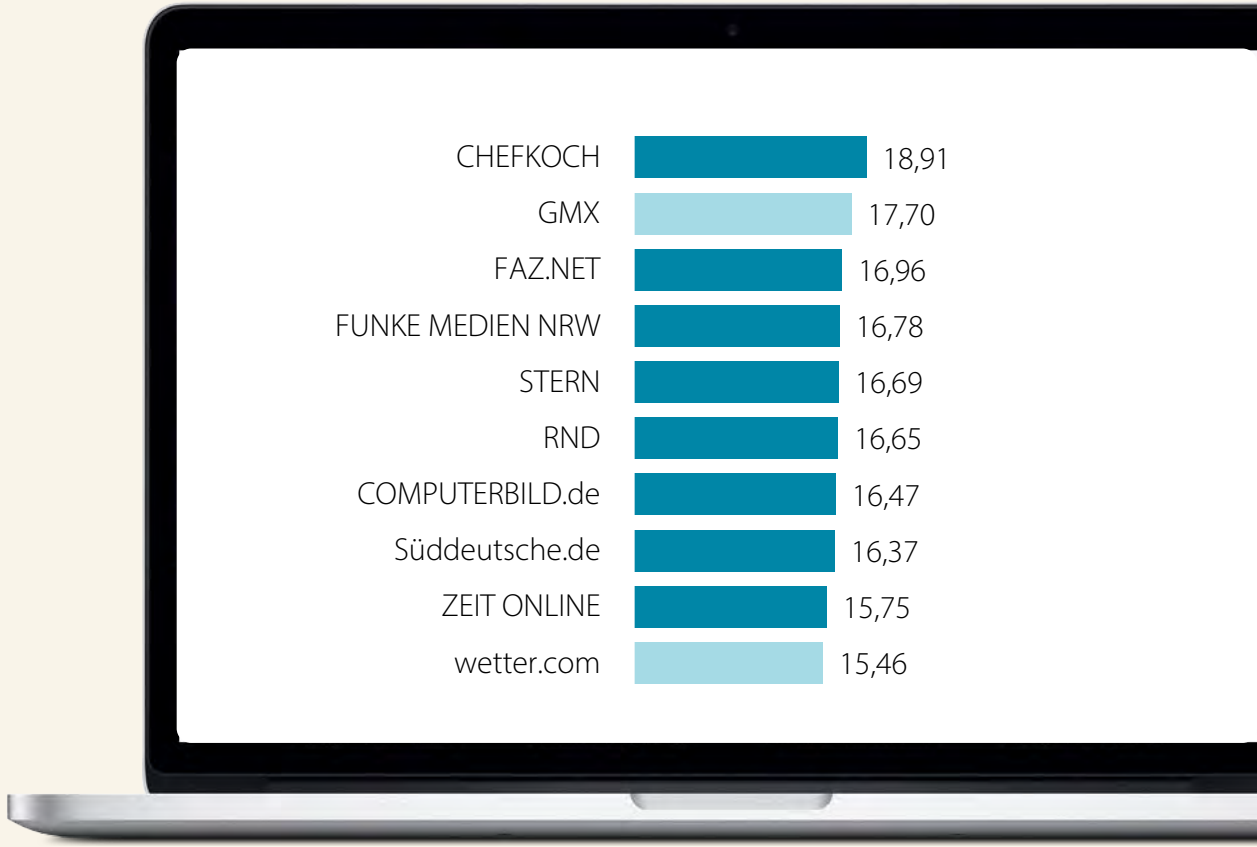


Quelle: IVW Digital, Visits der Zeitschriftenmarken p.a.; Foto: pixabay - kaboompics

13 VERLAGSANGEBOTE UNTER DEN TOP 20 IM DIGITAL-RANKING

MVFP Medienverband der freien Presse

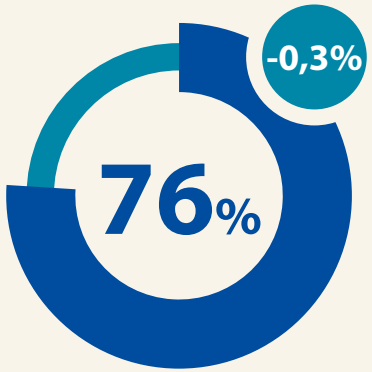




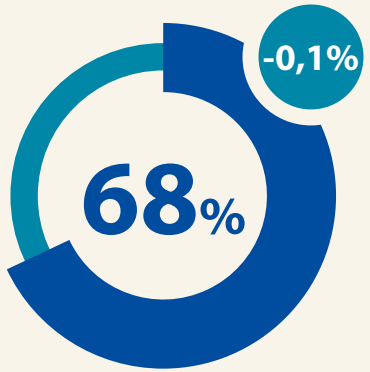
Basis: deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 16 Jahren; Zielgruppe: Nutzer stationäre und/oder mobile Angebote in Mio. pro Monat; Quelle: AGOF digital facts 2021-11

REICHWEITE DER MOBILE ENABLED WEBSITES UND APPS: PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN FÜHREND

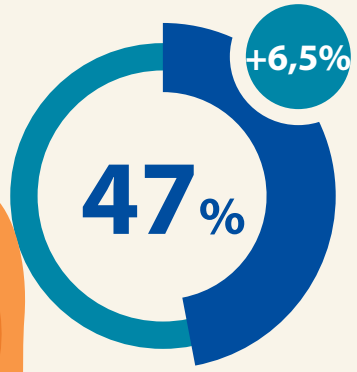
MVFP Medienverband der freien Presse



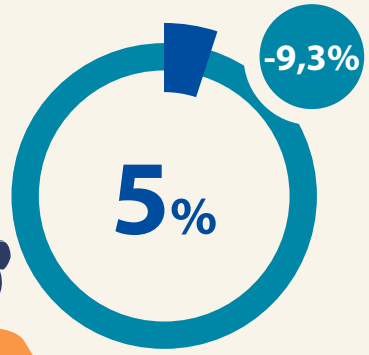
Publikumszeitschriften
(40,7 Mio.)



Tageszeitungen
(29,4 Mio.)



TV-Sender
(31,1 Mio.)

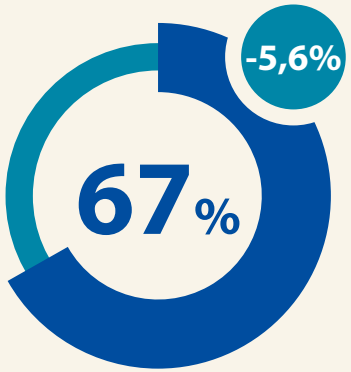


Radio-Sender
(1,9 Mio.)

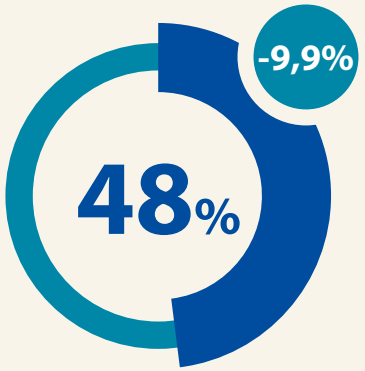
Basis: 61,14 Mio. Onliner; Unique User MEW/App im durchschnittlichen Monat (WNK), AGOF Internet facts (2021 Sep-Nov); Illustrationen: freepik – pch.vector

PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN MIT IHREN ONLINE-ANGEBOTEN REICHWEITEN-SPITZENREITER

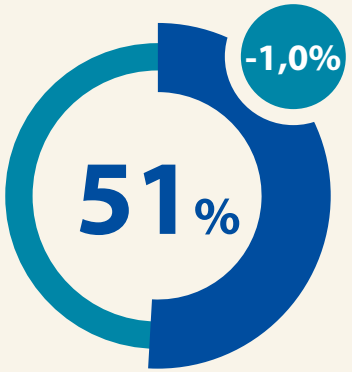
MVFP Medienverband der freien Presse



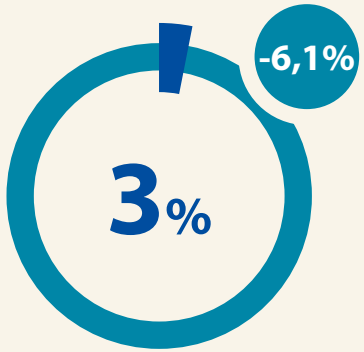
Publikumszeitschriften
(40,7 Mio.)



Tageszeitungen
(29,4 Mio.)



TV-Sender
(31,1 Mio.)



Radio-Sender
(1,9 Mio.)

Basis: 61,14 Mio. Onliner WNK, UU im durchschnittlichen Monat, AGOF Internet facts (Sep-Nov 2021);
Onliner WNK – weitester Nutzerkreis; Illustrationen: freepik – studioimagen

MVFP-JAHRESPRESSEKONFERENZ 2022

TRENDUMFRAGE UND BRANCHEN-KENNZAHLEN

Berlin, 26. April 2022

Medienverband der freien Presse

Foto: iStock - metamorworks

WIRTSCHAFTLICHE KENNZAHLEN 2021

MVFP
Medienverband der freien Presse

+3,2%

19,4

Mrd. Euro Umsatz

58.000

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Quelle: MVFP-Recherche/Schickler; Foto: iStock – MicroStockHub; Illustrationen: freepik – pch.vector

AUSWIRKUNGEN DER PANDEMIE WERDEN DER BRANCHE WEITERHIN VIEL ABVERLANGEN

MVFP Medienverband der freien Presse

WIE LANGE RECHNEN SIE MIT AUSWIRKUNGEN DER PANDEMIE AUF DIE MEDIENBRANCHE?

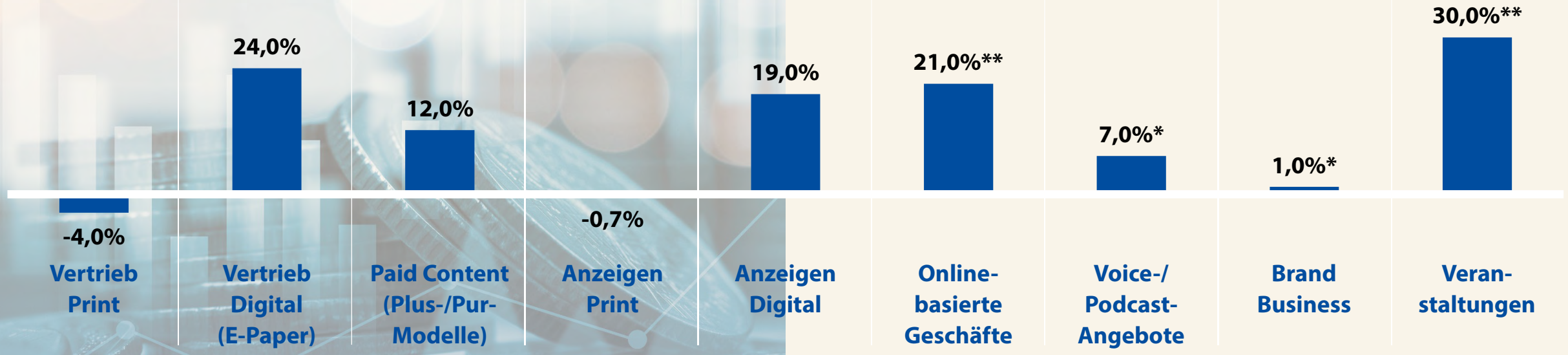
Quelle: MVFP Trendumfrage 2022; repräsentiert 2/3 des Branchenumsatzes; Illustrationen: freepik – pch.vector

GESCHÄFTSENTWICKLUNG 2021: WACHSTUM IM DIGITALEN

MVFP Medienverband der freien Presse

UMSATZENTWICKLUNG 2021

IM VERGLEICH ZU 2020



Quelle: Nielsen, MVFP Trendumfrage 2022*, Schickler**; repräsentiert 2/3 des Branchenumsatzes; Foto: iStock - Dilok Klaisataporn

UMSATZANTEILE IN NICHT KLASSISCHEN GESCHÄFTSFELDERN 2021 WEITER AUSGEBAUT

MVFP Medienverband der freien Presse

Stellen-Plattformen

853 Mio. Euro

+17%

Software & Services

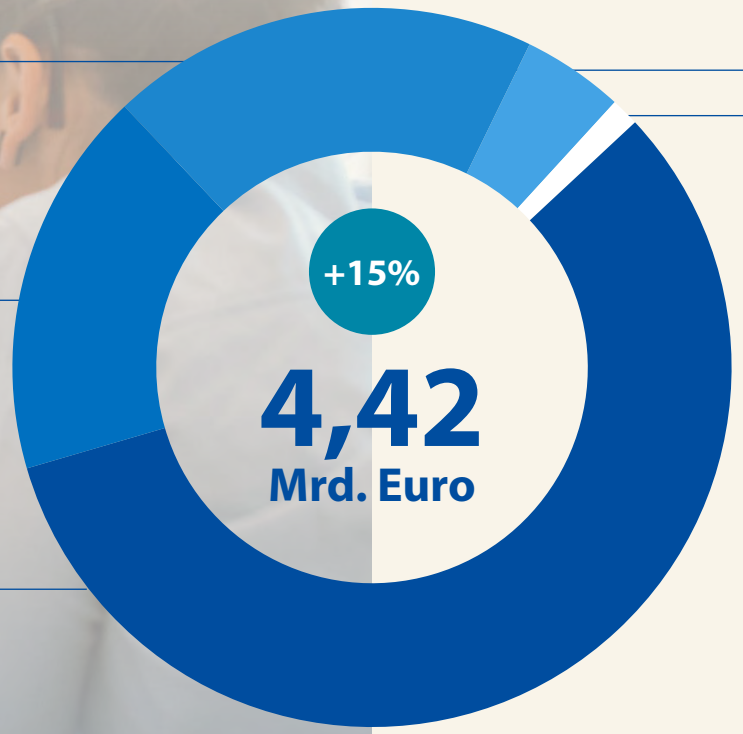
771 Mio. Euro

+36%

Online-Shops, Vergleichsportale usw.

2.537 Mio. Euro

+10%



+2%

Bildung

202 Mio. Euro

-4%

Messen, Kongresse, Events

56 Mio. Euro

Der Umsatz in diesen nicht-klassischen Geschäftsfeldern erreicht 2021 erstmals 30 Prozent des Gesamtumsatzes der Verlage

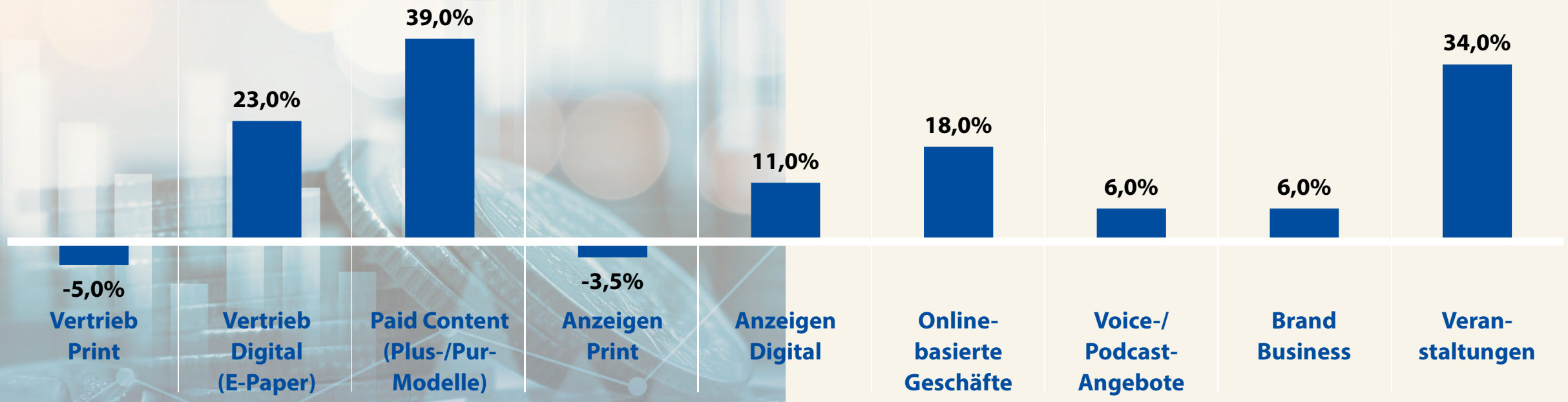
Quelle: MVFP / Schickler; Foto: iStock - ArtistGNDphotography

GESCHÄFTSERWARTUNG FÜR 2022

MVFP Medienverband der freien Presse

UMSATZERWARTUNG 2022

IM VERGLEICH ZU 2021

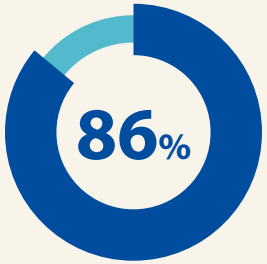


Quelle: MVFP Trendumfrage 2022; repräsentiert 2/3 des Branchenumsatzes; Foto: iStock - Dilok Klaisataporn

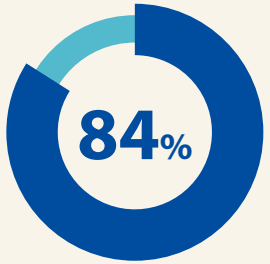
ZEITSCHRIFTENBRANCHE BEWEIST SEIT JAHREN KRISEN-RESILIENZ DURCH AKTIVE GESTALTUNG DER DIGITALEN TRANSFORMATION

MVFP Medienverband der freien Presse

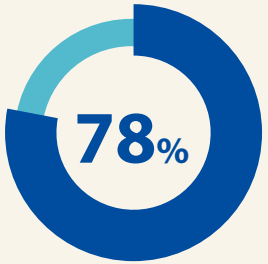
Bleibende Auswirkungen der Corona-Krise



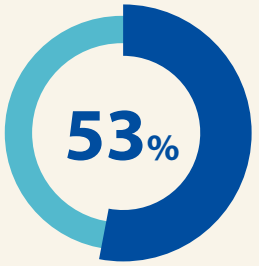
Beibehaltung des Home Office



Steigende Digital-Erlöse



Digitalisierung weiterer Geschäftsbereiche

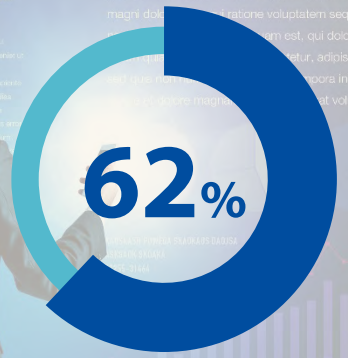


Mehrheitlich digitale Veranstaltungsformate

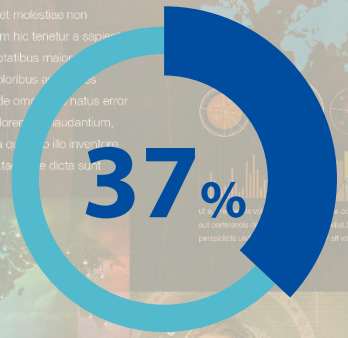
Quelle: MVFP Trendumfrage 2022; repräsentiert 2/3 des Branchenumsatzes; Foto: iStock - borchee

VERLAGE SETZEN 2022 AUF 360°-ANGEBOTE

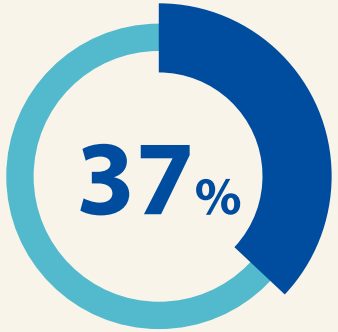
MVFP
Medienverband der freien Presse



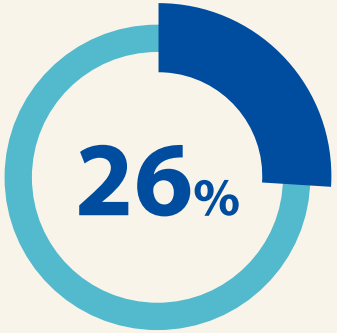
wollen neue digitale journalistische Angebote auf den Markt bringen



wollen digitale Audio-Angebote wie Podcasts launchen



planen neue Print-Sonderausgaben



planen neue periodische Print-Publikationen

Quelle: MVFP Trendumfrage 2022; repräsentiert 2/3 des Branchenumsatzes
Foto: iStock - metamorworks

TREND ZU KOOPERATIONEN UND ALLIANZEN HÄLT AN

MVFP
Medienverband der freien Presse

BEREITS GETÄTIGT

51%
Kooperationen

30%
Allianzen

GEPLANT

31%
Kooperationen

24%
Allianzen

Quelle: MVFP Trendumfrage 2022; repräsentiert 2/3 des Branchenumsatzes
Allianzen = Eingehen von Bündnissen; Kooperationen = Wirtschaftliche Zusammenarbeit
Foto: iStock - Ivan-balvan

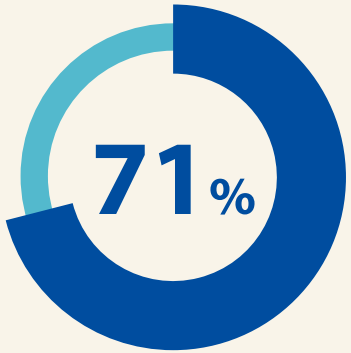
RASANT STEIGENDE PAPIERPREISE ERFORDERN REAKTION

MVFP Medienverband der freien Presse

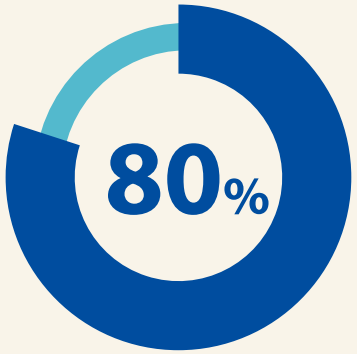
(Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: MVFP Trendumfrage 2022; repräsentiert 2/3 des Branchenumsatzes; Foto: iStock - fotogaby

CORONA BESCHLEUNIGT NEW-WORK-MODELLE



erwarten Veränderung der Arbeitsplatz- und Abteilungsstruktur



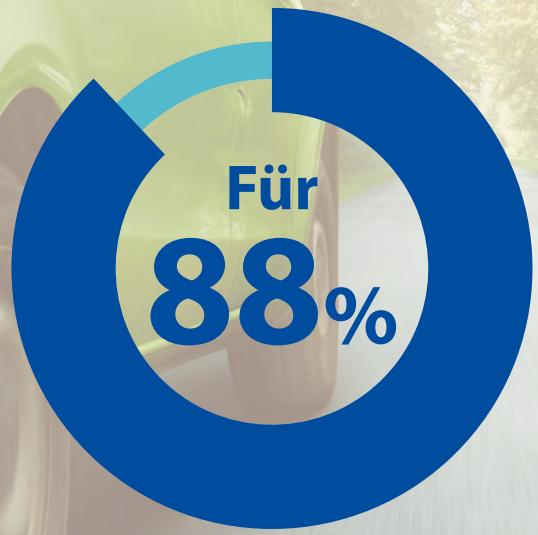
sehen Vorteile durch flexibleres Arbeiten

MVFP Medienverband der freien Presse

Quelle: MVFP Trendumfrage 2022; repräsentiert 2/3 des Branchenumsatzes
Foto: iStock - StockRocket

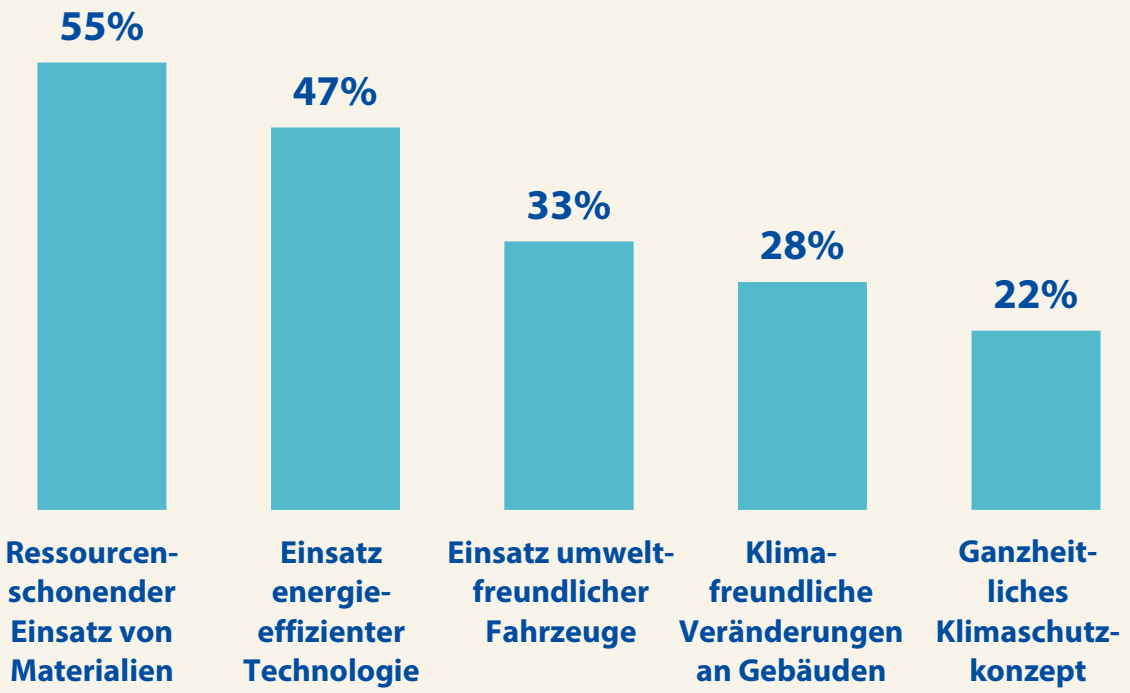
HOHE BEDEUTUNG VON NACHHALTIGKEIT

MVFP Medienverband der freien Presse



der Zeitschriftenhäuser ist Nachhaltigkeit ein bedeutendes Thema

Bereits praktiziert wird



Quelle: MVFP Trendumfrage 2022; repräsentiert 2/3 des Branchenumsatzes; Foto: iStock - photoschmidt

MVFP-JAHRESPRESSEKONFERENZ 2022

MEDIENPOLITISCHE THEMEN

Berlin, 26. April 2022

MVFP

Medienverband der freien Presse

Foto: iStock - metamorworks

DISKRIMINIERUNGSFREIE FÖRDERUNG VON ZEITSCHRIFTEN NOTWENDIG

MVFP
Medienverband der freien Presse

- **Starke Existenzgefährdung von bis zu 30 Prozent der Zeitschriftentitel (ca. 2.000) bis 2024***
- **Situation heute noch dramatischer als bei Datenerhebung 2021**

Der MVFP begrüßt es sehr, dass das Vorhaben der Koalition, die „flächen-deckende Versorgung mit periodischen Presseerzeugnissen zu gewährleisten“ diskriminierungsfrei Zeitschriften und Zeitungen aller Art erfasst. Eine solche Förderung ist nun dringend erforderlich.

Anderenfalls sind bis 2024 30 Prozent der Zeitschriftentitel stark in ihrer Existenz gefährdet. In Summe sind 32 Prozent und damit über 2.000 von über 7.000 Zeitschriftentiteln gefährdet oder stark gefährdet Das zeigt eine Branchenanalyse der Unternehmensberatung Schickler, die gemeinsam mit dem VDZ im März/April 2021 durchgeführt wurde.

Die Gefährdungslage stellt sich heute noch sehr viel dramatischer dar, da weder die **Papierpreis-Explosion** noch das **Ausmaß der Mindestlohn-Erhöhungen im Jahr 2022** noch die auch außerhalb des Papierpreises wirksame Energie-kosten-Steigerung zum Zeitpunkt der Datenerhebung berücksichtigt werden konnten. Insbesondere im Zuge exorbitanter Papierpreiserhöhungen hat sich die Lage derart verschärft, dass in sehr viel kürzerer Frist Titeleinstellungen drohen können.

Damit droht ein massiver Schaden für die demokratienotwendige Pressefreiheit. Die kontinuierliche Information und vertiefte Bildung zu allen beruflich wie privat relevanten Themen, die die Redaktionen von ca. 7.000 Zeitschriftentiteln leisten, ist ebenso einmalig und unverzichtbar wie die Leistung der aktuellen Nachrichtenmedien, die über alles informierten, was das Schlaglicht der Tagesaktualität erfasse.

Deshalb ist es dringend erforderlich, dass die Koalition wie im Koalitionsvertrag beschlossen, jetzt eine ordnungspolitisch unbedenkliche Förderung von Zeitschriften und Zeitungen umsetzt. Von größter Bedeutung ist dafür ein nicht selektiver und objektiver Maßstab der Förderung, der den Wettbewerb innerhalb der Presse nicht verzerrt. Ein mögliches Beispiel dafür könnte die Anknüpfung an versendete oder verbreitete Exemplare von Zeitschriften und Zeitungen sein.

*Quelle: Schickler-Branchenanalyse von März/April 2021; Foto: iStock - simonkr

WEITERE MEDIENPOLITISCHE THEMEN

MVFP Medienverband der freien Presse

1. **Sicherstellung der für das kontinuierliche Erscheinen von Zeitschriften erforderlichen Gasversorgung**
   - für die **Hersteller graphischen Zeitschriften- und Zeitungspapiers**
   - für die **Druckereien von Zeitschriften und Zeitungen**
   - ggfs. als **nötige Sekundär-Energie** für die Logistik des Pressevertriebs im Grosso etc. im Fall einer Verknappung und hoheitlicher Zuteilungsplanung

2. **Fairer und diskriminierungsfreier Zugang aller Publikationen zu digitalen Torwächterplattformen**
   - Die Sicherstellung eines fairen und diskriminierungsfreien Zugangs aller legalen Pressepublikationen zu digitalen Torwächterplattformen mit relevanter Pressevertriebsfunktion bleibt eine bislang nur ansatzweise umgesetzte zentrale Aufgabe von Politik und Regulierungsbehörden.
   - Das Bundeskartellamt wird als zuständige Behörde in der Anwendung des § 19a GWB darüber entscheiden, ob die Norm auch in der Praxis eine faire und diskriminierungsfreie Entlohnung aller Zeitschriften- wie Zeitungsverlage für die Nutzung des Verlegerrechts durch Monopolplattform-Verwerter durchsetzen kann
   - Ob der Digital Markets Act die Torwächter tatsächlich verpflichten wird, fairen und diskriminierungsfreien Wettbewerb zu ermöglichen, wird von der EU-Kommission abhängen, die sich das Anwendungsmonopol für das Gesetz gesichert hat. Die Kommission hat sich allerdings gegen eine Erstreckung der Verpflichtung zu fairen und diskriminierungsfreien Zugangsbedingungen auf alle Torwächter ausgesprochen und wollte sogar das Suchmonopol und Facebook lange Zeit von diesen Verpflichtungen freistellen. Damit bleiben Zweifel zurück, die auszuräumen Sache der Kommission sein wird.

Foto: iStock - carloscastilla

WEITERE MEDIENPOLITISCHE THEMEN

MVFP Medienverband der freien Presse

3. **Verteidigung hinreichender Datenverarbeitungsmöglichkeiten digitaler Presse für die publizistische und kommerzielle Tätigkeit (Werbung, Vertrieb, Reichweitenmessung)**
   - Geltendes Recht (DSGVO, TTDSG) wird von Datenschutz-aufsichtsbehörden zu restriktiv interpretiert und umgesetzt.
   - Geplante neue Gesetze wie eine Verordnung zum TTDSG und die E-Privacy-Verordnung müssen hinreichende Datenverarbeitungs-möglichkeiten für die digitale Presse erhalten und sichern.
   - Torwächterplattformen muss es untersagt werden, die wenigen für die Verlage noch gesetzlich zulässigen Datenverarbeitungsmöglichkeiten einseitig und zum eigenen Vorteil weiter zu beschränken (Apples ATT, Google Sandbox, Topics etc.).

4. **Verteidigung der redaktionellen Freiheit gedruckter und digitaler Pressepublikationen im Rahmen der allgemeinen Gesetze**
   - Obwohl die EU bewusst einen **Schutz rechtmäßiger Presseinhalte gegen die AGB-Zensur von Plattform-Monopolen** verweigert hat, muss eine solche Regelung für marktmächtige digitale Vertriebskanäle Ziel digitaler Pressefreiheit bleiben.
   - Der von der EU geplante sog. **Rechtsakt für Medienfreiheit** sollte unterbleiben, jedenfalls sollt er keine europäische Presseregulierung einführen, darf die Presseräte in keiner Weise regulieren, darf in keiner Weise Vorgaben für Redaktionen oder Verleger enthalten und auch sonst die Pressefreiheit nicht regulieren. Auch Vorgaben für die Medienkonzentrationskontrolle sind abzulehnen.

5. **Verteidigung des Abonnementvertriebs (Telefonmarketing) und der medialen Werbefreiheit**
   - Abonnements sind das publizistische und finanzielle Rückgrat der freien Presse. Als erklärungsbedürftige Produkte ohne Ladenlokal sind Abonnements auf Direktmarketing und insbesondere auch auf Telefonmarketing angewiesen. Für 65% der an der aktuellen MVFP-Trendumfrage teilnehmenden Zeitschriftenverlage ist Telefonmarketing für den Erhalt der Abonnementleserschaft wichtig und die Einführung einer Bestätigungslösung eine Gefahr oder erhebliche Erschwerung des Vertriebs ihrer Publikationen. Wenn die Bundesregierung eine freie und vielfältige Presse will, darf sie den Kontakt zu bestehenden oder potenziellen Abonnenten nicht weiter erschweren.

Foto: iStock - metamorworks

MVFP-AKTIONSWOCHE ZUM INTERNATIONALEN TAG DER PRESSEFREIHEIT

MVFP
Medienverband der freien Presse

Auftakt-Veranstaltung

„Pressefreiheit zwischen Krieg, Krise, Klima – Was passiert mit der Wahrheit in Kriegs- und Krisenzeiten?“

am 2. Mai im Allianz Forum Berlin

Ab 18 Uhr diskutieren **Dr. Maren Jasper-Winter** (Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit, Bundesvorstand der FDP), **Jan Jessen** (Auslands-Reporter der FUNKE Mediengruppe) und **Tobias Wolf** (Journalist, Freie Presse, CVD-Mediengruppe im Korrespondentenbüro Dresden) mit rbb24 Inforadio-Moderator **Dietmar Ringel**.

Impuls-Vortrag von Christian Mihr (Reporter ohne Grenzen) zur weltweiten Lage der Pressefreiheit.

MVFP
Medienverband der freien Presse

MEDIENVERBAND DER FREIEN PRESSE JAHRESPRESSEKONFERENZ 2022

Berlin, 26. April 2022