GESCHÄFTSBERICHT 2012/2013

Coverfoto
© ÖZV / Sonja Gabriel

INHALT

Grußworte des Medienstaatssekretärs 04
Grußworte des Wirtschaftskammer-Präsidenten 05
Bericht des Präsidenten 06
Bericht des Geschäftsführers 08

Medienpolitik 09
Rahmenbedingungen aktiv mitgestalten 10
Publizistikförderung 11
Umsatzsteuer auf Zeitschriften mit digital Access 12

Nationales 15
Lesermarkt 16
Werbemarkt 17
Kuratorium für Presseausweise 18
Kuratorium für Journalistenausbildung 20
Österreichischer Werberat 22
Österreichischer Presserat 23
Kollektivverträge für Zeitschriften und Fachmedien 24

Internationales 25
Europäische Rahmenbedingungen aktiv mitgestalten 26
Internationale Mitgliedschaften 28

ÖZV-Intern 29
Branchenbefragung 30
Stimmungsbarometer der ÖZV-Mitglieder 32
Jurybericht zum österreichischen Zeitschriftenpreis 2013 34
Geschäftsführer Wolfgang Brandstetter im wohlverdienten Ruhestand 36
Vorstandsmitglieder 2012 - 2013 37
Mitgliederbewegungen 38
Finanzergebnis 2012 39
Die Mitglieder des ÖZV 40

Impressum 52

GRUSSWORTE DES MEDIENSTAATSSEKRETÄRS

Österreich ist ein Land der Vielfalt, die sich auch im Reichtum seiner Medienlandschaft ausdrückt. Die heimischen Zeitschriftenverlage und Fachmedien leisten einen wesentlichen Beitrag, um diese besondere Eigenschaft unseres Landes unter Beweis zu stellen, indem sie ein breites Spektrum an Lebens- und Wirtschaftsbereichen abdecken. Sie stehen für eine Medienvielfalt, die für eine qualitätsvolle Information und Meinungsbildung der Bürgerinnen und Bürger unverzichtbar ist.

Und so, wie es die Aufgabe der Medien ist, professionell und akribisch diese Informationsdichte hochzuhalten und stets aufs Neue den Anforderungen unserer Zeit gerecht zu werden, so ist es Aufgabe der Politik, die notwendigen Rahmenbedingungen sicherzustellen. Denn eine objektive und umfassende Berichterstattung sowie freie Meinungsäußerung sind zentrale Voraussetzungen für das Funktionieren einer Demokratie; sie bedingen sich gegenseitig. Die Presse kann ihre wichtige Kontrollfunktion gegenüber den staatlichen Organisationen und Strukturen nur dann verantwortungsvoll ausüben, wenn diese freie Meinungsäußerung gewährleistet ist.

Als Medienstaatssekretär sind mir daher die Stärkung des Redaktionsgeheimnisses und größtmögliche Transparenz bei den erforderlichen Handlungen der Verwaltung wesentliche politische Anliegen. Gleichzeitig kann man nicht über die Notwendigkeit hinwegsehen, in der Presse- und Publizistikförderung auf gegenwärtige Herausforderungen zu reagieren und praktikable Antworten auf Fragen der Digitalisierung zu finden.

Mit dem Medientransparenzgesetz hat die Bundesregierung in der abgelaufenen Legislaturperiode die Informationstätigkeit der öffentlichen Hand transparenter gestaltet. Für eine künftige Modernisierung der Presse- und Publizistikförderung wurde in einem ersten Schritt mit einer Studie der Universität Wien im Auftrag des Bundeskanzleramts die sachliche Basis für weitere Diskussionen gelegt. Bei diesem Reformvorhaben werden insbesondere der Ausbau der Qualitätsförderung und die Berücksichtigung der digitalen Medien im Mittelpunkt stehen.

Genauso wie für Journalistinnen und Journalisten nicht nur Auflagenzahlen ausschlaggebend sein sollten, sondern ihre Fähigkeit, Antworten auf Fragen ihrer Leserinnen und Leser zu geben, genauso muss für die Politik gelten, dass Reformschritte nicht nur an ihrer Anzahl oder Geschwindigkeit, sondern vielmehr an ihrer Qualität und Nachhaltigkeit zu messen sind.

Und erfolgreiche Reformen können nur dann gelingen, wenn Politik, Sozialpartner und Interessensvertretungen eng zusammenarbeiten. Dem Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedienverband kommt hier eine wichtige Rolle in der heimischen Medienlandschaft zu, wenn es uns gemeinsam um die Erhaltung und Weiterentwicklung der Meinungs- und Medienvielfalt in Österreich geht.

© BKA/Johannes Zinner

Dr. Josef Ostermayer
Staatssekretär für Medien und Koordination
im Bundeskanzleramt

GRUSSWORTE DES WIRTSCHAFTSKAMMER-PRÄSIDENTEN

Das Internet und andere Technologien haben das Mediengeschäft revolutioniert. An den Printmedien führt dennoch auch in Zukunft kein Weg vorbei. In einer Welt, die geprägt ist von einer unermesslichen Informationsflut, von rasanten wirtschaftlichen Entwicklungen und dem Entstehen neuer politischer und gesellschaftlicher Bewegungen, bedarf es der fundierten Analyse, der Einordnung von Fakten und der Bereitstellung von Hintergründen und unterschiedlichen Meinungen. Diese auch in demokratiepolitischer Hinsicht wichtige Funktion ist nirgendwo sonst so gut aufgehoben wie bei den Printmedien.

Der Österreichische Zeitschriften- und Fachmedienverband als Standesvertretung von 146 Verlagen, die mehr als 320 Zeitschriftentitel in Österreich repräsentieren, steht dabei als Garant für gelebte Medienvielfalt, aber auch für Objektivität.

Diese beiden Eigenschaften sind für die Wirtschaft unerlässlich. Qualitätsvolle Berichterstattung ist für uns Wirtschaftstreibende sogar überlebenswichtig – unsere Betriebe brauchen sie, um die politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Geschehnisse im eigenen Land verstehen, den wirtschaftlichen Mitbewerber einschätzen oder die Veränderungen auf wichtigen Auslandsmärkten richtig bewerten zu können.

Wirtschaft und Medien verbinden aber auch noch zwei andere wichtige Grundsätze: Zum einen sind wir beide auf das Vertrauen unserer Kunden und Stakeholder angewiesen. Und zum anderen funktioniert ein Betrieb, ein Gemeinwesen und die Verbindung Medium/Rezipient nur dann, wenn alle Seiten das sichere Gefühl haben, mit Fairness vom jeweils anderen behandelt zu werden. Fairness ist die wichtige Basis zwischen Politik und den Bürgerinnen und Bürgern, ebenso wie zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern oder eben zwischen Medium und Leserschaft.

So wie die österreichischen Betriebe auf das Vertrauen ihrer Kundschaft angewiesen sind, so sind die Printmedien vom Vertrauen ihrer Leserschaft abhängig, um langfristig wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Werbeeinschaltungen werden beispielsweise nur dann auf ein positives Interesse stoßen, wenn die Medien, in denen sie veröffentlicht werden, für Vertrauen, Ehrlichkeit, Transparenz und Fairness stehen.

Und last but not least gibt es noch eine wichtige Gemeinsamkeit zwischen Medien- und Wirtschaftswelt: Unsere Betriebe unterliegen ebenso wie die österreichischen Medienunternehmungen in wirtschaftlich schwierigen Zeiten budgetären Zwängen.

Die vergangenen Jahre haben sowohl in der österreichischen Wirtschaft als auch in den Medien ihre Spuren hinterlassen: Ununterbrochene Sparbemühungen standen auf der Tagesordnung. Dennoch ist es den heimischen Verlagen gelungen, trotz aller Effizienzsteigerungen die Qualität und die Qualitätsberichterstattung ihrer Medien aufrecht zu erhalten.

Dazu beglückwünsche ich die Mitglieder des ÖZV und wünsche ihnen weiterhin viel Erfolg! Und ich ersuche Sie alle, auch in Zukunft weiterhin kritische, objektive und wohlmeinende Begleiter der österreichischen Betriebe zu sein.

© WKÖ

Dr. Christoph Leitl
Präsident Wirtschaftskammer Österreich

BERICHT DES PRÄSIDENTEN

Das vergangene Verbandsjahr war stark von Veränderungen geprägt. Der Österreichische Zeitschriften- und Fachmedienverband arbeitet seit Juli 2013 mit dem Verband Österreichischer Zeitungen eng zusammen. Die Geschäftsführung beider Verbände hat seit diesem Zeitpunkt Gerald Grünberger inne. Die Kooperation von ÖZV und VÖZ wurde auch notwendig, weil der langjährige ÖZV-Geschäftsführer Wolfgang Brandstetter seinen wohlverdienten Ruhestand angetreten hat. Wolfgang Brandstetter gilt mein ausdrücklicher Dank. Er hat unseren Verband in den vergangenen Jahrzehnten entscheidend geprägt.

Aus meiner Sicht und auch aus der Erfahrung der vergangenen Jahre liegen die Vorteile dieser Kooperation auf der Hand: Der Großteil der Medienhäuser verlegerischer Herkunft hat damit einen Schulterschluss vollzogen. Wir können unsere gemeinsamen Anliegen schlagkräftiger gegenüber der Politik, aber auch gegenüber anderen Verhandlungspartnern entschiedener vertreten.

Mit dieser Kooperation soll ebenfalls ein frischer Wind in den Verband Einzug halten und vielleicht auch der eine oder andere neue Weg abseits der bekannten Pfade beschritten werden. Zu diesem Zweck haben wir eine breit angelegte Mitgliederbefragung bei einem unabhängigen Marktforschungsinstitut in Auftrag gegeben. Bei der Umfrage des „Market"-Institutes hat sich ein Drittel der knapp 150 Mitgliedsverlage beteiligt. Die Ergebnisse sind für den Vorstand und die Geschäftsführung ein Arbeitsauftrag für die kommenden Monate.

Die wichtigsten ÖZV-Tätigkeitsbereiche aus Sicht der Mitglieder

Als den wichtigsten Tätigkeitsbereich des ÖZV orteten die Mitgliedsverlage die Verhandlungen mit der Post über den Zeitungsversand. Insgesamt 90 Prozent vergaben hier die Noten 1 „sehr wichtig" und 2 „wichtig". Knapp dahinter folgt die Mitgestaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen mit 88 Prozent. An dritter Stelle wurde die Beratung und Information der Mitglieder in allen Fragen des Verlagswesens gereiht. Hier vergaben 86 Prozent die Noten 1 und 2. Ebenso viele Prozentpunkte konnte die Kernkompetenz des Verbandes, die Vertretung aller beruflichen und wirtschaftlichen Interessen der Verlage erzielen. Für über 60 Prozent ist die Rechtsberatung und die politische Interessensvertretung ein wichtiger Tätigkeitsbereich. Der Organisation von Veranstaltungen und Events sowie internationalen Kontakten und Branchen-Marketing-Aktivitäten, wie beispielswiese einer Inseraten-Kampagne, wird von den Mitgliedern eher eine nachrangige Bedeutung beigemessen.

Insgesamt ist die Mehrheit der Umfrageteilnehmer mit der Verbandsarbeit zufrieden. 28 Prozent gaben an, mit der Arbeit des Verbandes „sehr zufrieden" zu sein. 34 Prozent vergaben die Schulnote 2, während lediglich vier Prozent „ganz und gar nicht zufrieden" waren. Somit sind insgesamt 62 Prozent mit der Verbandsarbeit zufrieden und sechs Prozent nicht bzw. weniger zufrieden.

Große Erwartungen an Verhandlungen mit der Post

Vergleicht man nun die Erwartungen der Mitglieder an die Verbandsarbeit mit den Angaben der Mitglieder bezüglich der Erfüllung dieser Erwartungen durch den Verband, ergeben sich Differenzen. „Grundsätzlich", führt das Marktforschungsinstitut aus, „sind die Erwartungen immer höher als deren Erfüllung. Aber je größer der Gap dazwischen ist, desto dringender ist der Handlungsbedarf." Der größte Unterschied zwischen Erwartung und Erfüllung besteht bei den Verhandlungen mit der Post über den Postzeitungsversand. Danach folgen die Mitgliederberatung und -information, die Standesvertretung der Mitgliedsverlage sowie die Mitgestaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen.

Weiters wurde auf die Frage, was man sich konkret vom Verband erwarten würde, mehrmals die Abschaffung der Werbeabgabe genannt. Diesen Punkt hat der Verband bereits in sein Arbeitsprogramm aufgenommen. Wir werden uns weiterhin dafür einsetzen, dass diese anachronistische Abgabe abgeschafft wird.

Auch die Interessensvertretung „kleiner Verlage" und „kleinerer Fachmedien" wurde des Öfteren von den Mitgliedern eingefordert. Ich sehe das als die Kernkompetenz unseres Verbandes an. Wir werden unsere Aktivitäten in diesem Bereich noch intensivieren und besser sichtbar machen.

Die Erwartungshaltung der Mitgliedsmedien hinsichtlich der Kooperation mit dem VÖZ deckt sich mit den von mir eingangs erwähnten Erwartungen. Hier wurden genannt: „mehr Schlagkraft und Durchsetzungsfähigkeit", „einen frischeren Wind für alle Mitglieder", „Stärkung der Position in der Öffentlichkeit und bei der Politik", „Hebung von Synergien", „mehr Wirk-

samkeit nach außen", „mehr Durchschlagskraft zum Beispiel bei den Verhandlungen mit der Post", „Nutzen von Synergien". Doch unter die überwiegend positiven Stimmen zur Kooperation mischten sich auch kritische Töne. Ein Mitglied wünscht sich „mehr Unterstützung kleinerer Verlage". Diese „sollen nicht den Interessen der großen untergeordnet werden." Andere antworten mit „mal sehen" oder „ja, da bin ich selbst gespannt" und wieder ein anderer mit „nur Negatives".

Die Stärke eines Verbandes ist abhängig vom Engagement seiner Mitglieder. Die genannten Herausforderungen werden wir nur erreichen, wenn sich die Mitgliedsverlage stärker im Verband einbringen. Ich würde mich sehr freuen, wenn sich der Kontakt unter den Mitgliedern und den Funktionären intensiviert.

Sorgenkind Werbemarkt

Der zweite Teil der Mitgliederbefragung widmete sich der wirtschaftlichen Lage der Branche. Diese wird von mehr als der Hälfte der Mitglieder mit der Note 3 bewertet. Besser wird die Lage des eigenen Unternehmens beurteilt. Hier vergaben 30 Prozent die Note 2 und 38 Prozent die Note 3. Konstant bis positiv sehen die ÖZV-Mitglieder die wirtschaftliche Entwicklung des eigenen Unternehmens im kommenden Jahr. 50 Prozent gehen davon aus, dass sich diese in etwa gleich entwickeln wird. 26 Prozent meinen, es wird besser. 20 Prozent glauben, es wird schlechter. Sorgenkind der wirtschaftlichen Entwicklung ist der Werbemarkt. Nur jeder vierte Verlag, der Werbung schaltet, ist mit den Werbebuchungen zufrieden. Knapp jeder zweite erwartet, dass sich die Werbebuchungen in der eigenen Publikation im kommenden Jahr gleichbleibend entwickeln werden. Positiver sehen die Mitglieder die Absatzentwicklung: Hier geht jeder fünfte Verlag davon aus, dass es in den kommenden Monaten zu einem stärkeren Absatz seiner Produkte kommt. 40 Prozent glauben, dass sich der Absatz konstant entwickeln wird.

Weit verbreitet sind die digitalen Angebote bei den ÖZV-Mitgliedsmedien. Drei Viertel der Verlage betreiben ein digitales Angebot. Und von den verbleibenden 24 Prozent, die keines haben, planen acht Prozent in Zukunft ein Angebot zu starten. Im Durchschnitt erwirtschaften die ÖZV-Mitglieder 10,3 Prozent ihres Umsatzes im digitalen Bereich. Immerhin acht Prozent erwirtschaften bereits 26 Prozent ihres Umsatzes oder mehr mit diesen Angeboten. (Weiterführende Informationen und Grafiken zur Umfrage finden Sie im Kapitel Mitgliederbefragung.)

65 Euro mehr für Journalisten

Darüber hinaus kann ich über weitere Verbandsaktivitäten berichten: Mit 1. März 2013 wurden die Tarifgehälter für journalistische Mitarbeiter bei österreichischen Zeitschriften und Fachmedien um 65 Euro angehoben. Die Honorierung für reine A4-Textseiten für freie und ständig freie Mitarbeiter beträgt nun 101,50 Euro. Die Mindestgehälter der kaufmännischen Angestellten wurden mit 1. Jänner 2013 um 2,85 Prozent, mindestens jedoch um 60 Euro, angehoben. Vereinbart wurde außerdem, dass bei künftigen Gehaltsverhandlungen die von der Statistik Austria für die jeweils 12 vorangegangenen Monate verlautbarten Werte des Verbraucherpreisindex zu Grunde gelegt werden. (Weitere Details entnehmen Sie bitte dem Kapitel Kollektivverträge.)

ÖAK führte „verbreitete Auflage" wieder ein

Mit August 2013 hat die Österreichische Auflagenkontrolle (ÖAK) wieder die „Verbreitete Auflage" eingeführt. Diese Kennziffer war eine langjährige Forderung des ÖZV. Im September 2013 wurde im Presseclub Concordia in Kooperation mit dem ÖZV ein ÖAK-Workshop für Fachmedien angeboten. Hierbei wurden die aktuellen Richtlinien und Prüfungsabläufe erläutert und diskutiert. (Nähere Einzelheiten entnehmen Sie bitte dem Beitrag zum Lesermarkt.)

Ich freue mich auf ein spannendes neues Verbandsjahr!

Dr. Wolfgang Pichler
Präsident

BERICHT DES GESCHÄFTSFÜHRERS

Die gemeinsame Geschichte des Verbandes Österreichischer Zeitungen (VÖZ) und des Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedienverbandes reicht bis in die Nachkriegszeit zurück. Bereits 1946 – rund um die Gründung des ÖZV – gab es zahlreiche Diskussionen, ob man die Erreichung der Verbandsziele eigenständig oder besser gemeinsam mit dem VÖZ bewerkstelligt. Insbesondere der Zeitungsherausgeberverband stellte gegen Ende des Jahres 1946 in einem Gespräch mit dem damaligen Bundeskanzler Leopold Figl Überlegungen an, den ÖZV als eigenständige Sektion in den VÖZ zu integrieren und gemeinsame Aufgaben und Anliegen in einem Arbeitsausschuss zu lösen.

An der Kreuzung der Zukunft

Der ÖZV blieb jedoch eigenständig, wenngleich sich die Wege der beiden Verbände immer wieder kreuzten. So auch Ende der 1960er Jahre, als der VÖZ den ÖZV einlud, Teil eines „Dachverbandes der österreichischen Presse" zu werden, um Themen wie Kollektivvertrag oder Presseförderung, die durchaus kontroversiell waren, zu lösen. Aber auch daraus wurde bekanntlich nichts, wiewohl die Zusammenarbeit in verschiedenen Gremien wie zum Beispiel dem Kuratorium für Journalistenausbildung oder auch dem Presserat über viele Jahre durchaus konstruktiv verlief.

Mit 1. Juli 2013 wurde ein neues Kapitel in der Geschichte der beiden Verbände aufgeschlagen, der einen gemeinsamen Weg aller Medienhäuser verlegerischer Herkunft, die sich qualitativem Content und allgemeinen Branchenstandards verpflichtet fühlen, vorsieht. Als erster Schritt dieses gemeinsamen Weges befindet sich der ÖZV mit dem VÖZ nun unter einem Dach und wird auch durch dieselbe Geschäftsstelle serviciert. Grundlage dieser Kooperation bildet eine Service- und Infrastrukturvereinbarung zwischen den beiden Verbänden, der die Leistungen beider Seiten klar dokumentiert und festgelegt.

Erste Früchte der Zusammenarbeit

Anders als 1946 geht man von einer hohen Übereinstimmung in den meisten Belangen aus, und hat einen Ausschuss lediglich für Unstimmigkeiten eingerichtet. Diese recht junge Zusammenarbeit trägt bereits erste Früchte, die sich in einem neuen Corporate Design und einem überarbeiteten Web-Auftritt manifestieren. Ebenso wurde für die Beschlussfassung in der Generalversammlung ein Arbeitsprogramm erstellt sowie eine Mitgliederbefragung initiiert. Darüber hinaus ist für die kommenden Monate eine Mitgliederwerbeaktion geplant, die der großen Titelvielfalt am heimischen Zeitschriften- und Fachmedienmarkt Rechnung trägt und den ÖZV in seiner Rolle als die starke Stimme der österreichischen Zeitschriften und Fachmedien stärkt. Die Kreuzung in die Zukunft wurde erfolgreich genommen.

Nun gilt es mit der Geschwindigkeit der Veränderung Schritt zu halten und die richtigen Antworten auf die Zukunftsfragen zu formulieren. Selbstverständlich stellt die digitale Transformation für die Mitgliedsverlage eine wesentliche Herausforderung dar, der sich der Verband in seiner Lobbying- und Informationsarbeit stärker annehmen möchte. Gerade die Zielgruppenspezialisten und treuen Begleiter in Berufs- und Freizeitwelt – wie sie Österreichs Zeitschriften und Fachmedien darstellen – bieten in der fragmentierten Digitalwelt der Werbewirtschaft verlässliche Kontaktchancen.

Höhepunkt des Jahres: Zeitschriftenpreis

Last but not least: Auch der Höhepunkt des Verbandsjahres – die Verleihung des österreichischen Zeitschriftenpreises – wurde ein wenig überarbeitet und findet dieses Jahr am 14. November im Novomatic Forum statt. Die Prämierung der besten und bewegendsten Zeitschriftenstories des letzten Jahres steht dabei im Vordergrund. Alles in allem – sofern man in wenigen Monaten überhaupt ein Resümee ziehen kann – ein deutliches und ermutigendes Lebenszeichen des ÖZV, der die Interessen seiner Mitglieder auch in Zukunft mit Nachdruck vertreten wird.

Mag. Gerald Grünberger
Geschäftsführer

MEDIENPOLITIK

RAHMENBEDINGUNGEN AKTIV MITGESTALTEN

Der Vorstand des ÖZV hat in seiner Sitzung vom 10. September 2013 einstimmig ein Arbeitsprogramm bis 2015 beschlossen.

Hierbei engagiert sich der Verband vor allem für den Erhalt und den Ausbau der Medienvielfalt. Die Mitgestaltung der politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zum Wohl der Mitglieder hat Priorität, heißt es im sechs Punkte umfassenden Programm. Eine weitere Zielsetzung ist die Unterstützung der Mitgliedsverlage bei der Suche nach praktikablen Antworten auf die Herausforderungen der Digitalisierung.

- **Publizistikförderung**

Die Reform der Publizistikförderung wird seit einigen Jahren von der Politik angekündigt, allerdings wurden diesbezüglich keinerlei Anstrengungen unternommen. Ähnlich wie bei der Presseförderung braucht es ebenso eine deutliche Erhöhung der Publizistikförderung, um die Qualitätssicherung der Zeitschriften und Fachmedien zu gewährleisten. Journalistische Qualität wird auch in Zukunft die Erfolgsformel für Zeitschriften und Fachmedien sowohl in Print als auch digital sein. Insbesondere die Transformation des Geschäftsmodells in die Online-Welt soll durch die reformierte Publizistikförderung unterstützt werden.

- **Steuerliche Gleichstellung von Print und Online**

Die steuerliche Ungleichbehandlung zwischen Print und Online ist eine wesentliche Erschwernis bei der Übertragung der bisherigen Geschäftsmodelle von analog nach digital. Vor allem für Leser und Nutzer interessante Kombiangebote sind schwieriger zu verkaufen, da der Konsument nicht bereit ist, für den gleichen Content unterschiedliche Preise zu bezahlen. Eine Gleichstellung der Mehrwertsteuersätze ist auf europäischer bzw. idF nationaler Ebene zu erwirken.

- **Novelle Medienrecht – Ablieferungspflicht**

Auf Initiative der Österreichischen Nationalbibliothek plant das Bundeskanzleramt eine Novelle zum Medienrecht betreffend die Ablieferungspflicht von Onlinepublikationen. Hierbei gilt es weitere administrative und finanzielle Belastungen für die Mitglieder des ÖZV abzuwenden. Des Weiteren ist darauf zu achten, dass durch eine Ausweitung der Nutzungsmöglichkeiten von Onlinepublikationen das Geschäftsmodell eines entgeltlichen Vertriebs nicht gefährdet wird.

- **Medien-Urheberrechtspaket**

Schöpferisch geistiges Eigentum muss auch in der digitalen Welt geschützt werden. Insbesondere der qualitativ hochwertige Content von Zeitschriften und Fachmedien soll durch ein Leistungsschutzrecht für Zeitschriftenverleger geschützt werden. Weiters ist in diesem Zusammenhang die bessere Durchsetzbarkeit des Urheberrechts im Internet zu erwirken.

- **Werbeabgabe abschaffen**

Die Abschaffung der Werbeabgabe bleibt weiterhin Zielsetzung. Wenngleich die Wirtschaftskrise und der von der Bundesregierung eingeschlagene Budgetpfad die Umsetzung dieser Zielsetzung erschweren, ist im Zuge des nächsten Finanzausgleichs eine Lösung anzustreben.

- **PSI-Richtlinie und Informationsfreiheitsgesetz**

Die Ausweitung und Vereinfachung der Weiterverwendung von Informationen des öffentlichen Sektors forciert der ÖZV. Dies wird aktuell in der PSI-Richtlinie geregelt. Derzeit beraten Europäische Kommission und Europäisches Parlament über eine Ausweitung bzw. die Überprüfung der Richtlinie, auch im Zuge der „Digital Agenda 2020". Der Zeitschriftenverband setzt sich weiters für ein nationales Informationsfreiheitsgesetz anstelle des Grundsatzes des Amtsgeheimnisses ein. +++

© fotolia.com / severija

PUBLIZISTIKFÖRDERUNG

Im Rahmen der Publizistikförderung werden periodische Druckschriften gefördert, die mindestens viermal und höchstens vierzigmal pro Jahr erscheinen und sich überwiegend mit politischen, kulturellen oder weltanschaulichen Themen befassen.

Die Auszahlung der Förderung erfolgt einmal jährlich. Die Entscheidung über die Zuteilung der Förderungsmittel trifft die KommAustria. Sie hat bei ihrer Entscheidung auf die Vorschläge des Publizistikförderungsbeirates Bedacht zu nehmen. Gesetzliche Grundlage ist der Abschnitt II des Bundesgesetzes über die Förderung politischer Bildungsarbeit und Publizistik 1984.

ÖZV-Vertreterin im Beirat ist Gabriele Ambros

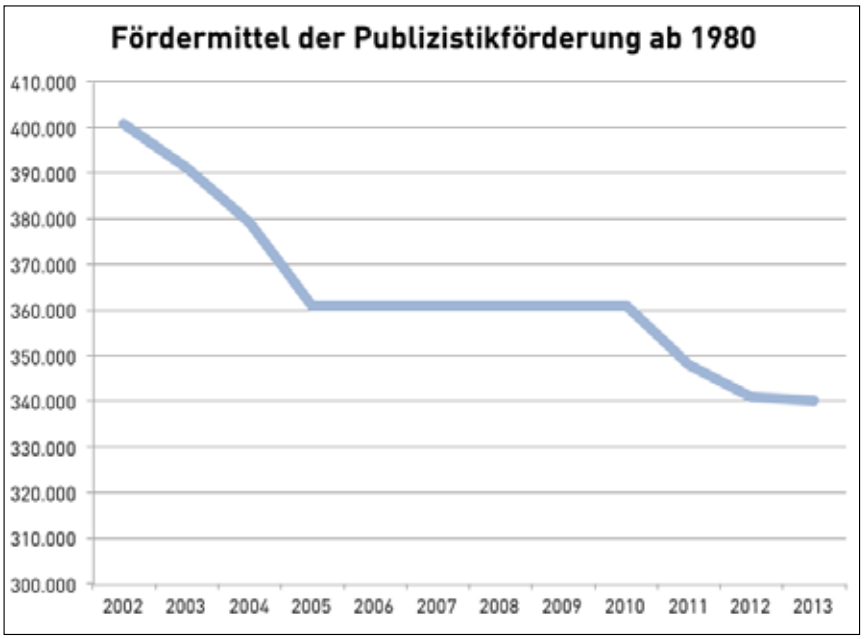
Die Mitglieder und Ersatzmitglieder des Publizistikförderungsbeirates werden vom Bundeskanzler für eine dreijährige Funktionsperiode bestellt. 2012 wurden die Beiratsmitglieder für die bis Ende 2014 dauernde Funktionsperiode neu bestellt. Sie wählten aus ihrem Kreis den Kommunikationswissenschafter Univ.-Prof. Matthias Karmasin von der Universität Klagenfurt zum Vorsitzenden und ÖZV-Vorstandsmitglied Gabriele Ambros zur stellvertretenden Vorsitzenden. Im Jahr 2013 wurden 87 Förderungsansuchen und somit acht Ansuchen weniger als im Vorjahr eingebracht. Für die Förderung dieser Zeitschriften stehen im Finanzjahr 2013 Budgetmittel in der Höhe von 340.000 Euro zur Verfügung, das bedeutet eine Verringerung um 1.000 Euro gegenüber dem Vorjahr.

Am 7. Oktober 2013 trat der Beirat zusammen und diskutierte die Förderansuchen. Wenige Tage später wurden die Förderergebnisse der KommAustria an die Beiratsmitglieder übermittelt. Die Medienbehörde ist allen Vorschlägen der Kommission gefolgt, jedoch mit einer Ausnahme: Der Zeitschrift „Molecool" wurde seitens der KommAustria keine Förderung zuerkannt, weil sie nicht den gesetzlichen Voraussetzungen entsprochen hat. Somit werden 2013 seitens der KommAustria 77 Ansuchen positiv erledigt und zehn Ansuchen abgelehnt. Zum

Jahr	Ansuchen	gefördert	abgelehnt
2002	131	118	13
2003	129	95	34
2004	126	101	25
2005	114	102	12
2006	116	107	9
2007	115	100	15
2008	98	93	5
2009	106	94	12
2010	96	91	5
2011	95	83	12
2012	95	80	15
2013	87	77	10

Quelle: KommAustria

Vergleich: Im Vorjahr wurden 15 Ansuchen abgelehnt und 80 von 95 Ansuchen gefördert. Im aktuellen Arbeitsprogramm des ÖZV ist die Reform der Publizistikförderung ein zentrales Anliegen: Der Österreichische Zeitschriften- und Fachmedienverband macht sich hierbei für eine Neuordnung der Förderkriterien und vor allem für eine substantielle Aufstockung der Fördermittel stark. +++



Quelle: KommAustria

UMSATZSTEUER AUF ZEITSCHRIFTEN MIT DIGITAL ACCESS

Dem digitalen Zeitalter kann sich auch der Zeitschriftenmarkt nicht verschließen. Sowohl General Interest-Magazine als auch Fachzeitschriften setzen zunehmend auf digitale Zugänge (Internet, Mobile).

Im Wettbewerb um Abonnenten werden diese Zeitschriftenabos als Paket mit solchen digitalen Services angeboten. Während Zeitschriften einem reduzierten Mehrwertsteuersatz von zehn Prozent unterliegen, ist auf digitale Angebote hingegen der volle Mehrwertsteuersatz von 20 Prozent anzuwenden. Bei Kombi-Abos verlangt das Finanzministerium daher ein Splitting: Ein Teil des Abopreises muss dem digitalen Zugang zugerechnet – und daher auch mit 20 Prozent versteuert werden. Und in Brüssel wird aktuell darüber diskutiert, reduzierte Mehrwertsteuersätze überhaupt abzuschaffen. Ein Überblick über die Ereignisse des vergangenen Geschäftsjahres:

Brüssel: EU-Diskussion um Mehrwertsteuerreduktion für digitale Zeitungen

Die Wurzel des Problems ist die EU-Mehrwertsteuerrichtlinie. Sie erlaubt den Mitgliedstaaten zwar Umsatzsteuerbegünstigungen für Zeitungen und Zeitschriften beizubehalten. Von dieser Erlaubnis wird in allen Mitgliedstaaten Gebrauch gemacht. Die Palette reicht von völligen Steuerbefreiungen über „superreduzierte" Steuersätze (zum Beispiel 2,1 Prozent in Frankreich) bis hin zu immerhin einigermaßen reduzierten Steuersätzen wie in Österreich (zehn Prozent). Aber: Die Erlaubnis besteht nur für die Printprodukte, nicht für deren digitale Pendants: Auf kostenpflichtige Zugänge zu Magazinportalen, E-Zines und Magazin-Apps für mobile Endgeräte dürfen die Mitgliedstaaten keine reduzierte Mehrwertsteuer anbieten.

Genau diese Bestimmung ist derzeit in Revision – mit offenem Ausgang: In einer Konsultation, die sich schwerpunktmäßig mit der Abschaffung reduzierter Mehrwertsteuersätze befasst, wurde immerhin auch die Möglichkeit in Betracht gezogen, den Mitgliedstaaten die Anwendung eines ermäßigten Steuersatzes auf elektronische Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften zu ermöglichen. Allerdings wurden primär die Probleme einer solchen Ausdehnung der Umsatzsteuerbegünstigung auf digitale Produkte betont.

Bis zum 4. Jänner 2013 bestand die Möglichkeit zur Stellungnahme zu dieser Konsultation. Die europäischen Verlegerverbände ENPA (European Newspaper Association) und EMMA (European Magazine Media Association) haben sich nachdrücklich für die Ausweitung der Umsatzsteuerbegünstigungserlaubnis in der Mehrwertsteuerrichtlinie auf die Bereitstellung von Zeitungen und Zeitschriften in digitaler Form ausgesprochen. Die Kommission hat im April 2013 einen Ergebnisbericht über die Konsultation erstellt, aus dem sich ergibt, dass diese Forderung von der Mehrzahl der eingelangten Stellungnahmen (durchwegs Medienunternehmen und deren Interessenvertretungen) geteilt wird. Eine Positionierung der Kommission zu dieser Forderung steht weiterhin aus.

Wien: Suche nach verlegerfreundlicher Lösung für Kombiabo-Besteuerung

Neben der Arbeit auf europäischer Ebene arbeitet der ÖZV in Abstimmung mit dem Verband Österreichischer Zeitungen auch an einer Entschärfung der Umsatzsteuer-Problematik auf nationaler Ebene. Denn hier besteht ja ein zusätzliches Problem: Das Finanzministerium vertritt die Auffassung, dass bei zu einem einheitlichen Pauschalentgelt angebotenen Print-Online-Kombiabo der reduzierte Mehrwertsteuersatz nicht auf das gesamte Pauschalentgelt anzuwenden ist, sondern nur bei jenem Teil des Entgelts, der dem Printprodukt zuzurechnen sei. Soweit das Printabonnement und der Online-Zugang auch einzeln verkauft würden, sei das Pauschalentgelt im den Einzelpreisen entsprechenden Verhältnis aufzuteilen, anderenfalls sei ein einheitliches Pauschalentgelt im Verhältnis der „tatsächlichen Kosten" der kombinierten Angebote aufzuteilen.

Diese Auffassung ist nicht nur aus wirtschaftlichen Gründen unerfreulich, sondern wirft auch eine Reihe weiterer unbeantworteter Fragen auf – vor allem: Wie erfolgt die Zurechnung der Kosten zu Print oder zu Online? In mehreren Terminen auf Beamten- und Kabinettsebene hat Geschäftsführer Gerald Grünberger auf die wirtschaftliche und administrative Problematik des BMF-Erlasses zur Besteuerung von Printabos mit Online-Zugängen hingewiesen und Lösungsvorschläge unterbreitet.

Eine Präzisierung im Wartungserlass 2012 zu den Umsatzsteuer-Richtlinien des Finanzministeriums umfasst nun auch ein Rechenbeispiel zu dieser Ansicht. Dort heißt es:

Die Aufteilung eines pauschalen Entgelts auf die dem ermäßigten Steuersatz unterliegende Lieferung von Zeitungen, Zeitschriften usw. und die dem Normalsteuersatz unterliegende Zurverfügungstellung einer Online-Version hat – sofern keine

Einzelverkaufspreise vorliegen – nach den tatsächlichen Kosten zu erfolgen. Die nicht direkt der Print- oder der Onlineproduktion zurechenbaren Kosten werden im selben Verhältnis wie die direkt zurechenbaren Kosten aufgeteilt.

Beispiel:
direkt zurechenbare Kosten:
Print: neun Mio. Euro; Online: eine Mio. Euro
nicht direkt zurechenbare Kosten: zehn Mio. Euro
Print: 90 Prozent, das sind neun Mio. Euro; Online: zehn Prozent, das ist eine Mio.
Gesamtkosten Print: 18 Mio. (90 Prozent der Gesamtkosten); Gesamtkosten Online: zwei Mio. (10 Prozent der Gesamtkosten)
Erlöse Pauschalangebot: 30 Mio.
90 Prozent der Umsätze unterliegen dem ermäßigten Steuersatz, zehn Prozent der Umsätze dem Normalsteuersatz

Am 8. April 2013 wurde die Kombiabo-Problematik durch ÖZV-Geschäftsführer Gerald Grünberger gemeinsam mit Vertretern des VÖZ mit Finanzministerin Maria Fekter persönlich erörtert. Dabei wurden ihr auch die Kernpositionen der beiden Verlegerverbände dargelegt:

- Es bedarf der Klarstellung, dass kostenfreie Online-Zugänge zu Digitalausgaben lediglich Zugaben zu entgeltlichen Zeitungs- bzw. Magazinabonnements sind und keine selbständige Hauptleistung. Der Abonnementpreis sollte in solchen Fällen daher zur Gänze der reduzierten Mehrwertsteuer unterliegen.

- Die Verlegerverbände ersuchten das Finanzministerium darüber hinaus auch um Unterstützung der Verleger-Anliegen bei der Reform der EU-Mehrwertsteuerrichtlinie: BM Fekter wurde gebeten, sich im Europäischen Rat für die Möglichkeit der Mitgliedstaaten einzusetzen, reduzierte Print-Mehrwertsteuersätze auch auf digitale Formate und Ausgaben zu erstrecken. +++

© fotolia.com / fotomek

Kuratorium für Journalistenausbildung
Österreichische Medienakademie

A-5020 Salzburg, Karolingerstraße 40
+43 (0)662 / 83 41 33, office@kfj.at, www.kfj.at
Member of the European Journalism Training Association

Weiterbildung für Österreichs Journalistinnen und Journalisten seit 1978

Journalistische Workshops und Lehrgänge mit Qualität in ganz Österreich

Weiterbildung ist für verantwortungsvolle Journalistinnen und Journalisten selbstverständlich. Weiterbildung heißt den eigenen Standort reflektieren, das Handwerk überprüfen und erweitern, neue Entwicklungen in die tägliche Arbeit einbeziehen.

Das KfJ kümmert sich seit 35 Jahren um Journalistinnen und Journalisten, bildet sie aus und weiter, bringt aktuelle Entwicklungen nach Österreich und hilft bei der Vernetzung im Land und international.

Seminare, Workshops, Lehrgänge

Führungskräfte-Training	20. bis 22. November 2013
Der tägliche Relaunch	28. bis 29. November 2013
Interaktive Video-Systeme	3. Dezember 2013
Interview	9. bis 10. Dezember 2013
Meinung im Blatt	9. bis 10. Dezember 2013
EU-Workshop 1: Die EU in den Medien	12. bis 13. Dezember 2013
EU-Workshop 2: Das EU-Parlament	17. Jänner 2014
Texten für Online	27. Februar 2014

Inhouse-Schulungen für Medienhäuser und Redaktionen

Begleitung mit Weiterbildung und Coaching für Newsrooms

Österreichisches Journalisten-Kolleg

Die berufsbegleitende Journalistenschule für Redakteurinnen und Redakteure: vier Module/neun Wochen intensiv und kompakt Journalismus reflektieren und das Handwerk professionalisieren. Verankert im Kollektiv-Vertrag als die Ausbildung der Medien-Sozialpartner.

New Media Journalism

Internationaler Masterstudiengang für Crossmedia-Produktion und -Koordination in Salzburg, Hamburg, Leipzig, Luzern
www.newmediajournalism.net

Mehr Weiterbildung auf www.kfj.at

NATIONALES

LESERMARKT

ÖAK setzt auf Verschlankung

Mit August 2013 hat die Österreichische Auflagenkontrolle (ÖAK) erneut die „Verbreitete Auflage" – eine wichtige Kennziffer für Fachzeitschriften – eingeführt. Zur Erinnerung – nach einem Reformprozess wurde 2008 der Beschluss gefasst, die Summe über die Verbreitete Auflage nicht mehr auszuweisen, stattdessen wurde auf die Detailausweisung der einzelnen Vertriebswege umgestellt. Damit wurde zwar den Besonderheiten der unterschiedlichen Medien und deren Vertriebsformen Rechnung getragen, allerdings wurde die ÖAK dadurch zunehmend komplexer und weniger praxistauglich. Nach eingehenden Beratungen hat der ÖAK-Vorstand daher im Sommer 2012 eine neuerliche Überarbeitung der Richtlinien – die eine Erleichterung und Straffung der Auflagenstruktur zur Zielsetzung hatte – in die Wege geleitet.

Die wesentlichsten Änderungen neben der Wiedereinführung der Kennziffer „Verbreitete Auflage", die mit der Ausweisung des Berichts für das erste Halbjahr 2013 in Kraft getreten sind:

- Es wird nur mehr eine Summe über die Verkaufte Auflage gebildet, wobei sich diese zusammensetzt aus den Kategorien „Einzelverkauf", „Abonnements", „Großverkauf adressiert", „Großverkauf unadressiert" und „SB Sonntag"; der Anteil des Großverkaufs in der Summe der Verkauften Auflage beträgt maximal 35,5 Prozent. Zuvor gab es die Möglichkeit einer alternativen Summenbildung mit einem Anteil Großverkauf von maximal 17,5 Prozent.

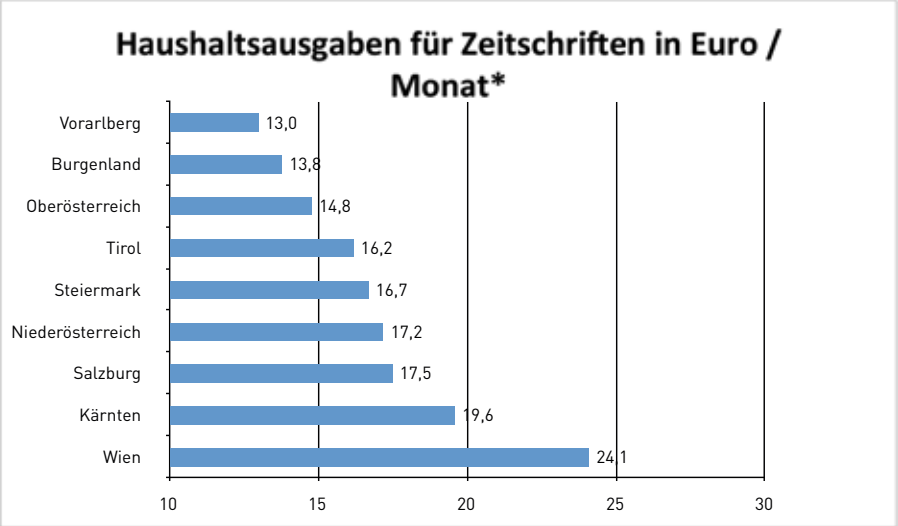
- Von der Ausweisung einiger detaillierter Sub-Kategorien wird im Sinne der einfacheren Lesbarkeit abgesehen (z.B. Erlösgruppen im Großverkauf, Zielgruppenversand, der Gratisvertrieb wird auf die Untergruppen „adressiert", „Gratisentnahme" und „Sonstiger Gratisvertrieb" zusammengefasst).

Diese „Entschlankung" der ÖAK-Auflagenstruktur trägt zweifellos dazu bei, das Arbeiten mit der ÖAK auch für Agenturen wieder attraktiver zu gestalten. Eine insbesondere für Fachmedien wichtige Entwicklung, da die ÖAK für kleinere Titel als zentraler Leistungsnachweis gegenüber der werbetreibenden Wirtschaft gilt.

Als Serviceveranstaltung für Fachmedien wurde am 18. September 2013 im Presseclub Concordia in Kooperation mit dem ÖZV ein ÖAK-Workshop für Fachmedien angeboten. Ein Überblick über die Entwicklung der ÖAK sowie die Erläuterung der aktuellen Richtlinien und Prüfungsabläufe standen im Mittelpunkt dieser Veranstaltung, durch die die ÖAK-Geschäftsführerin Alexandra Beier-Cizek gemeinsam mit Vertretern der Prüfinstitute führte.

Haushalte geben knapp 250 Mio. Euro für Zeitschriften aus

245,9 Mio. Euro geben Österreichs Haushalte im Jahr für Zeitschriften aus. Das ist ein Ergebnis der Konsumerhebung 2009/10 der Statistik Austria. Österreichische Haushalte, in denen Kaufzeitschriften aufliegen, geben im Monat 18,3 Euro für Zeitschriften aus. Dabei zeigen sich durchaus beachtliche regionale Unterschiede: Die Wiener Bevölkerung ist der markante Spitzenreiter im Bundesländervergleich. Die Wiener Kaufzeitschriftenleser geben monatlich 24,1 Euro für Zeitschriften aus. Das Schlusslicht ist Vorarlberg mit 13 Euro an Zeitschriften-Ausgaben pro Monat. +++



* Basis: Beitragende Haushalte; Konsumerhebung 2009/10 der Statistik Austria

WERBEMARKT

Von der Zeitschrift für die Landwirtschaft über das Familienmagazin bis hin zur Fachpresse des Verkehrswesens decken die Mitgliedsmedien des Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedien-Verbandes beinahe jeden relevanten Lebens- und Wirtschaftsbereich ab und zeigen damit eindrucksvoll, was Medienvielfalt bedeutet und wie zielgruppengenaue Werbung ohne Streuverlust in diesen Medien möglich ist. Die österreichischen Fachmedien zeichnen sich vor allem durch ihre große Marktnähe aus, unterliegen jedoch wie viele andere Mediengattungen auch dem strukturellen Wandel der Medienwelt. Kein anderes Medium bringt Werbung näher in den Alltag der Zielgruppe und holt die Menschen direkt dort ab, wo sie beruflich oder in ihrer Freizeit verankert sind. Werbetreibende und Agenturen schätzen das Themenspektrum und die Spezialisierung der Zeitschriften und Fachmedien. Werbung in Zeitschriften überzeugt vor allem durch ihre hohe Glaubwürdigkeit.

Anzeigen in Special-Interest-Produkten bevorzugt

Eine Erhebung der Werbewirkungsforscher von MediaAnalyzer zeigt, dass klassische Anzeigen in Special-Interest-Produkten wie Zeitschriften und Magazinen bevorzugt angenommen werden. Rund 60 Prozent der Befragten gaben an, dass Werbung in Zeitschriften gegenüber anderen Medien als passender und weniger störend empfunden wird. Die Studie zeigte zudem, dass mehr als die Hälfte der in Deutschland Befragten mehrmals in der Woche Zeitschriften und Magazine lesen. Höher gebildete Personen greifen dabei mit 60 Prozent Zustimmung noch etwas häufiger zum gedruckten Blatt als weniger gebildete Leser mit 48 Prozent. Dabei lesen die Konsumenten vor allem Zeitschriften, um sich zu informieren: 38 Prozent nutzen Zeitschriften als Nachrichtenquelle, jeweils 11 Prozent lesen zur Zerstreuung oder um sich zu entspannen.

Werbeausgaben für Fachmedien wuchsen um 1,5 Prozent

Betrachtet man die Bruttowerbeaufwendungen in Österreich in ihrer Gesamtheit (Entwicklung Werbeaufwand nach Werbeträgergruppen 1-8/2013 vs. 1-8/2012) zeigt sich, dass diese im 8-Monatsvergleich ein Plus von 3,9 Prozent aufweisen. Das Focus Institut erhob die Werbeausgaben laut Preisliste. Im Bereich der klassischen Werbung stellte Focus hierbei fest, dass die Spendings um 4,8 Prozent angewachsen sind. Im Segment der klassischen Werbung legten die Bruttowerbespendings bei Presse Total um 0,8 Prozent zu. Für Tageszeitungen bedeutet dies einen Zuwachs von zwei Prozent, für regionale Wochenzeitungen ein Plus von 2,1 Prozent und einen Anstieg der Werbespendings um 1,5 Prozent im Bereich der österreichischen Fachmedien.

Anzeigenerlöse der deutschen Zeitschriften schrumpfen

Wie sieht die Situation in Deutschland aus? Der Umsatz der deutschen Fachmedienhäuser wuchs 2012 leicht um 0,4 Prozent auf insgesamt 3,1 Milliarden Euro an. Die gesamten Erlöse der Branche stiegen um 13 Mio. Euro. Den wichtigsten positiven Veränderungsbeitrag leisten die Vertriebserlöse Digitaler Medien (+34 Mio. Euro), gefolgt von den Werbeerlösen Digitaler Medien (+11 Mio. Euro). Dämpfend wirkten dagegen die Anzeigenerlöse der Zeitschriften (-17 Mio. Euro) und der Fachbuchumsatz (ebenfalls -17 Mio. Euro.) Das Anzeigengeschäft der deutschen Fachzeitschriften schrumpfte 2012 um zwei Prozent.

Langfristiger Optimismus

Der Jahresbericht 2012 der Federation International of Periodical Press (FIPP) hält fest, dass die weltweiten Werbeausgaben mit Jahresende 2012 fast 502 Milliarden US-Dollar erreichten, er wuchs um über 3 Prozent. Zwar trug die globale Konjunkturabkühlung und die unsichere Finanzsituation in der Europäischen Union im Frühjahr 2012 zu einer Marktabkühlung bei, doch die Fußball-Europameisterschaft in Osteuropa, die Olympischen Spiele in Großbritannien und die US-Präsidentenwahl sorgten für eine Wiederbelebung. Die genannten Großereignisse trugen 6,3 Milliarden US-Dollar zum weltweiten Werbemarkt bei. Langfristig wird eine allmähliche, aber nachhaltige Steigerung der Werbeausgaben in Nordamerika, Westeuropa, Nordafrika und dem Mittleren Osten für 2013 und 2014 erwartet: für 2013 ein Wachstum von 4,6 Prozent, und für 2014 von 5,2 Prozent. 60 Prozent des weltweiten Zuwachses kommen aus Entwicklungsmärkten, wobei allein 35 Prozent aus Brasilien, Russland, Indien und China stammen. Die USA sind jedoch weiterhin das Land mit den höchsten Werbevolumina: über 154 Milliarden US-Dollar im Jahr 2011. Dahinter folgt Japan mit knapp 50 Milliarden US-Dollar. China verdrängt Deutschland vom dritten Rang, 2014 wird erwartet, dass Brasilien Großbritannien vom vierten Rang verdrängt. 2011 flossen weltweit 40,2 Prozent der Werbeausgaben in TV-Werbung, 20,2 Prozent in Zeitungen, 16 Prozent in Online-Werbung und 9,4 Prozent in Magazine. Für 2014 wird ein leichter Anstieg für Fachzeitschriften erwartet. +++

KURATORIUM FÜR PRESSEAUSWEISE

Der vom Kuratorium an Journalisten, Fotoreporter, Kameraleute bzw. Eigentümer, Herausgeber, Verleger vergebene Presseausweis ist die „harte Währung" der Branche, weil er – im Gegensatz zu anderen Ausweisen – nur nach sehr strengen und überprüften Zulassungsbedingungen zuerkannt wird. Ende 2012 waren insgesamt 5.848 (2011: 5.845) vom Kuratorium ausgestellte Presseausweise im Umlauf.

Trägerverbände des Kuratoriums für Presseausweise sind der Österreichische Zeitschriften- und Fachmedienverband (ÖZV), der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ), die Journalistengewerkschaft sowie das Syndikat der Pressefotografen, Pressebildagenturen und Filmreporter Österreichs. 2012 war der ÖZV in der Generalversammlung sowie im Vorstand durch die Herren Erwin Goldfuss und Wolfgang Brandstetter vertreten. Seit Jahresbeginn 2013 sind Erwin Goldfuss und Hermann Futter die Vertreter des ÖZV im Kuratorium. Geschäftsführer des Kuratoriums ist Alexander F. Barasits-Altempergen von der Journalistengewerkschaft.

Journalisten der Mitgliedszeitungen und -magazine des ÖZV sowie Herausgeber und Verleger dieser Medien können einen Presseausweis über den Verband beantragen. Derzeit betreut das Sekretariat der Verbandsgeschäftsführung 510 Ausweise. Diese verteilen sich auf die Mitglieder wie folgt:

Verlag	**Anzahl der Presseausweise**
55PLUS Medien GmbH	3
A & W Verlag GmbH	11
a3 Wirtschaftsverlag GmbH	6
Alcar Holding GmbH	7
Alpenpost – Zeitung des steirischen Salzkammergutes	7
Alphonsus GesmbH	1
artmagazine Kunst-Informationsgesellschaft m.b.H.	2
Arzt & Praxis VerlagsgmbH	4
ASVÖ Allgemeiner Sportverband Österreichs	1
ASVÖ Burgenland	3
b2b-media Verlag Peischl	4
bestbanking medien	2
Boarder's Zeitschriftenverlag GmbH	4
Bohmann Druck u. Verlag Gesm.b.H. & Co. KG	52
Brod Media GmbH	1
CB Verlags GesmbH	4
Compass-Verlag GmbH	3
consol.MEDIA Verlags GmbH	5
Der Anblick	5
Der Reitwagen Zeitschriften Verlagsges.m.b.H.	2
Der Verlag Dr. Snizek e.U.	1
Elektro & Wirtschaft Zeitschriftenverlagsges.m.b.H.	9
EMGroup GmbH	3
ETTA Werbe GmbH	1
Eurotax Österreich GmbH	4
Fachliste der gewerblichen Wirtschaft	2
Falstaff Verlags-GesmbH	1
Festo GesmbH	1
G & L Werbe- und Verlags GmbH	2
Gesellschaft des göttlichen Wortes, Zeitschriftenverlag St. Gabriel	3
Gruber-Seefried-ZeK Verlags OG	2
Hauptverband des österreichischen Buchhandels	2
Heraldisch-Genealogische Gesellschaft „Adler"	1
Heymann & Jahn Druck und Verlag G.m.b.H.	3
Hintermayer Media	1
I.D.-Verlag-Marketing GmbH	1
impactmedia	1
Industriemagazin Verlag GmbH	4
Ing. Klaus Hönigsberger	1
Internationales Institut für Jugendliteratur und Leseforschung	3
Jungösterreich Zeitschriftenverlag GmbH & Co KG	1
Kammer der Architekten und Ing.konsulenten f. W, NÖ und Bgld	3
Katholischer Familienverband Österreichs	1
Kulturklub der Tschechen und Slowaken in Österreich	1
Landwirt Agrarmedien GmbH	4
Logistik Express / Markus Jaklitsch	2
LW Werbe- und Verlags GmbH	5
mack-cross-media	2
Mag. Dr. Peter Freissler - Thomas Pelzel OHG	1
Manstein Zeitschriftenverlagsges.m.b.H.	14
MANZ´sche Verlags- u. Universitätsbuchhandlung GmbH	9
Medecco Holding GmbH	6
MediaMed GmbH	5
Mediaservice Werner Huemer	1
Medienwirtschaft Verlags GmbH	2
Medizin Medien Austria GmbH	19
Milde Verlag Ges.m.b.H.	5
Modern Times Media VerlagsgmbH	1
Money Trend Verlag Ges.m.b.H.	4
MOTOR Freizeit & Trends PressegesmbH	5
Musiker-Komponisten-Autorengilde	1

ÖAMTC-Verlag GmbH 3
Oase des Friedens 1
Österreichische Apotheker-Verlagsgesellschaft m.b.H 3
Österreichische Kinderfreunde Bundesorganisation 3
Österreichische Militärische Zeitschrift – ÖMZ 5
Österreichischer Agrarverlag Druck- und
Verlags Gesellschaft m.b.H. Nfg. KG 23
Österreichischer Agrarverlag Druck- und
Verlags GmbH Nfg. KG Pferderevue 4
Österreichischer Ingenieur- und Architekten-Verein 1
Österreichischer Kameradschaftsbund 1
Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH 16
Österreichisches Filmservice KG 1
Ottmar F. STEIDL Ges.m.b.H. 4
PAPIER & DRUCK 1
Payer & Payer GesmbH 8
PETMEDIA Verlagsgesellschaft m.b.H. 2
Pharma-Time Verlagsgesellschaft m.b.H. 1
Phoenix Agentur für Fundraising und
Kommunikation Gesellschaft m.b.H. 2
Profi Reisen Verlagsgesellschaft mbH 10
publicity Werbegesellschaft m.b.H. 2
PubliTech Zeitschriften- und
Buch-Verlagsgesellschaft mbH 1
Redaktion Truppendienst 2
REPORT Verlag Ges.m.b.H. & Co KG 7
RS Verlag GmbH 2
Siemens AG Österreich 2
specialmedia.com GmbH 4
Springer-Verlag GmbH 15
Styria Multi Media Ladies GmbH & Co KG 3
Süddruck Kalenderherstellungs- Buchbinderei-
und Verarbeitungs-Ges.m.b.H. 1
Szabo-Scheibl Verlag + PR OG 2
Technik & Medien Verlagsges.m.b.H. 7
TechnoKontakte Veranstaltungs-GmbH 5
Unterkärntner Nachrichten Verlags GmbH 2
Verband der Getränkehersteller Österreichs 2
Verein "springerin" – Redaktion springerin 4
Verlag Almer Fachververlag + Kommunikation 1
Verlag des österreichischen
Gewerkschaftsbundes GmbH 1
Verlag für moderne Kommunikation 5
Verlag Gesundheit, Buch-,
Zeitschriftenverlags- und Vertriebsges.m.b.H 3
Verlag Hannes Fenz 1
Verlagsbüro Karl Schwarzer Ges.m.b.H. 1
Verlagsgruppe NEWS GmbH 29
Verlagshaus der Ärzte - Gesellschaft für Medien-
produktion und Kommunikationsberatung GmbH 6
VIS-COM Verlag f8 2
w4media & event GmbH 2
WEKA-Verlag GmbH 26
Werbeagentur Pertzl – Journal Graz 4
Wiener Bezirksblatt GmbH – Mediaquarter Marx 3.2 2
Wirtschaftskammer Oberösterreich BGA OÖ Wirtschaft 6
Wirtschaftsnachrichten Zeitschriften
Verlagsgesellschaft m.b.H. 4

gesamt 510

KURATORIUM FÜR JOURNALISTENAUSBILDUNG

© KfJ

Das Journalisten-Kolleg ist die berufsbegleitende Journalistenschule. Hier werden alle journalistischen Kompetenzen geschult.

© KfJ

Weiterbildung ist am wirksamsten, wenn in kleinen Gruppen intensiv gelernt wird.

© KfJ

In Seminaren geht es um individuelle Weiterbildung, neue Fähigkeiten werden unmittelbar umgesetzt.

Der Österreichische Zeitschriften und Fachmedien-Verband ist einer der Trägerverbände des Kuratoriums für Journalistenausbildung (KfJ) – in sozialpartnerschaftlicher Tradition gemeinsam mit dem Verband Österreichischer Zeitungen und der Journalistengewerkschaft GPA-djp. Das KfJ widmet sich seit 1978 der berufsbegleitenden Aus- und Weiterbildung österreichischer Journalistinnen und Journalisten.

Mehr als 1.000 Seminare

Regelmäßige Weiterbildung zeichnet verantwortungsvolle Berufe aus. Journalismus mit Qualitätsanspruch braucht regelmäßige Reflexion ebenso wie hochwertige Weiterentwicklung. Das Augenmerk des Kuratoriums liegt dabei auf den Bedürfnissen lernender Menschen, die neuen Entwicklungen der Medien und der Gesellschaft zeigen die Richtung. Das KfJ ist eng an die Praxis angebunden, gleichzeitig sorgt die Kooperation mit Universitäten für die wissenschaftliche Fundierung, die internationale Vernetzung lenkt den Blick auf globale Trends. Über 1.000 Weiterbildungs-Veranstaltungen hat das Kuratorium seit den 1970er-Jahren durchgeführt: Seminare, Workshops, das Journalisten-Kolleg, Inhouse-Trainings, Lehrgänge und Diskussionsveranstaltungen. An die 18.000 Journalistinnen und Journalisten haben sich dabei informiert und weitergebildet. Dabei werden vorrangig folgende Kompetenzen vermittelt: das journalistische Handwerk, Grundwissen über Gesellschaft, Politik und Wirtschaft und das Bewusstsein der journalistischen Verantwortung.

KfJ-Journalistenschule: Das Journalisten-Kolleg

Im Österreichischen Journalisten-Kolleg werden seit mehr als 20 Jahren Journalistinnen und Journalisten erfolgreich ausgebildet. Die berufsbegleitende Journalistenschule hat vier Module und dauert insgesamt neun Wochen. Journalistisches Handwerk, Hintergrundwissen und die eigene Berufsrolle sind die Inhalte. Lernen in der Gruppe fördert die Team-Kompetenz. Darüber hinaus werden mit E-Learning handwerkliche Fähigkeiten vertieft. Das Lernen wird so flexibler und besser in den journalistischen Alltag integrierbar. 16 Teilnehmer können jedes Jahr das Journalisten-Kolleg besuchen, sie kommen aus ganz Österreich und arbeiten intensiv in Kleingruppen. Quereinsteiger aller Altersgruppen sind willkommen.

© KfJ

Inhouse-Trainings ermöglichen Weiterbildung exklusiv für eine Redaktion.

© KfJ

Wer alle Sinne einsetzt, fördert seine Kreativität beim Schreiben, hier beim Journalisten-Kolleg.

© KfJ

Das KfJ bietet Weiterbildung für Einsteiger und Profis und weitere Services wie Stipendien und professionellen Austausch, damit Redaktionen sicheren Kurs auf Erfolg halten.

Inhouse-Training

Das KfJ stellt sein Know-how in der Bildung und sein Netzwerk auch einzelnen Redaktionen zur Verfügung. Inhouse-Trainings sind maßgeschneiderte Angebote für Redaktionen und Verlagshäuser. Die KfJ-Seminarleiterin lotet den Schulungsbedarf aus und organisiert das Training. Sie schafft die optimale Lernumgebung, sorgt für professionelles Feedback und nachhaltigen Lerntransfer. Zum einen werden so Workshops zum Handwerk wie „Redigieren", „Sprache und Stil", „Webvideos" durchgeführt. Zum anderen begleitet das KfJ Redaktionen auch in den integrierten Newsroom, Schulungen für die Führungskräfte und Multimedia-Kompetenzen stehen dabei im Mittelpunkt.

Bewährte Qualität sichern

2013 wird das KfJ 35 Jahre alt und sichert seine Arbeit mit einer Zertifizierung. Dabei wird von einer unabhängigen Kommission die Qualität der Weiterbildung beurteilt. Dieser Prozess dauert ein Jahr und dient dazu, den Fokus zu schärfen. Wie der Journalismus entwickeln sich auch die Seminare und Workshops weiter, das KfJ verbindet dafür 35 Jahre Erfahrung mit aktuellen internationalen Erkenntnissen.

Die Branche verändert sich rasant, daher müssen vorhandene Fähigkeiten gestärkt und neue entwickelt werden. Das ist die Definition von Lernerfolg im KfJ – auch in Zukunft. +++

ÖSTERREICHISCHER WERBERAT

© ÖWR/Nadine Bargad

Werberat-Diskussion zu „Regulierung von Freiheit" mit Markus Hengstschläger, Daniela Philipp, ÖWR-Präsident Michael Straberger, ÖWR-Vizepräsidentin Roswitha Hasslinger und ÖWR-Vizepräsident Gerald Grünberger

© ÖWR/Nadine Bargad

Werberat-Präsident Michael Straberger (Mitte) gemeinsam mit ÖZV-Präsident Wolfgang Pichler (re.) und dem ehemaligen ÖZV-Geschäftsführer Wolfgang Brandstetter (li.)

Der Österreichische Werberat ist das Organ zur freiwilligen Selbstkontrolle der heimischen Werbewirtschaft. Seine Hauptaufgabe ist das Aufzeigen von Fehlentwicklungen und Missständen in der Werbung. ÖZV-Präsident Wolfgang Pichler ist Mitglied im Vorstand und ÖZV-Geschäftsführer Gerald Grünberger ist Vizepräsident des Rates.

2013 feierte der Werberat sein 5-jähriges Bestehen. Vielerlei Erfolgsfaktoren habe das heimische System des Werberates, erklärte dessen Präsident Michael Straberger hierbei, eines müsse jedoch besonders hervorgehoben werden: „Der erfolgreiche Zusammenschluss der größten Kommunikationsverbände des Landes, die in den vergangenen fünf Jahren gemeinsam an der einheitlichen Weiterentwicklung von Selbstregulierung gearbeitet haben".

Pro-Ethik-Siegel

Jüngstes Beispiel dieser Zusammenarbeit stellt die Etablierung des „Pro-Ethik-Siegels" dar. Sieben Monate nach der Einführung des Siegels wurden 55 Auszeichnungen vergeben. Darunter an Auftraggeber wie die Österreichischen Bundesbahnen, Casinos Austria, Rewe Group, Raiffeisen Zentralbank Österreich sowie Deichmann oder Herold. Doch auch Agenturen, Vermarkter und Medien haben sich für die Auszeichnung registriert. Im Herbst wurde auch der ÖZV Träger des Siegels.

Erweiterter Zuständigkeitsbereich

Im Rahmen der ÖWR-Generalversammlung am 29.1.2013 wurde eine Änderung der Verfahrensordnung beschlossen. Künftig soll zwischen den Bereichen – parteipolitischer Werbung (keine Zuständigkeit) sowie professioneller Kommunikation zur Information der Bürger durch öffentliche Stellen (erweiterter Zuständigkeitsbereich) – unterschieden werden.

Bilanz 2012

2012 wurden vom Werberat insgesamt 173 Entscheidungen getroffen, davon wurden 13 Werbemaßnahmen mit einem „Stopp" belegt und bei 25 wurde zur Sensibilisierung aufgerufen. Für mehr als die Hälfte der Fälle war „kein Grund zum Einschreiten" gegeben. In knapp 20 Prozent der Fälle war der Österreichische Werberat nicht zuständig oder konnte nicht tätig werden, da es sich um keine Wirtschaftswerbung handelte.

Wie in den Jahren zuvor war auch 2012 der Hauptbeschwerdegrund „Geschlechterdiskriminierende Werbung" mit 94 Beschwerden. „Ethik und Moral" als Beschwerdegrund betrafen 92 Beschwerden. Insgesamt wurden 23 Beschwerden rund um das Thema „Kinder und Jugendliche" eingesendet. Wie im Vorjahr sorgte TV für die meisten Entscheidungen, mit 42 Entscheidungen über TV-Spots liegt das Medium auf Platz 1. Das Plakat führte zu fast gleich vielen Entscheidungen (41). Print war mit 26 Entscheidungen betroffen und erreichte Platz 3. Das Internet rangiert wie im Vorjahr mit 14 Entscheidungen auf Platz 4. +++

ÖSTERREICHISCHER PRESSERAT

Der Österreichische Presserat ist die Selbstregulierungseinrichtung des heimischen Pressewesens. Seine Kernaufgabe ist die medienethische Bewertung von Artikeln in Printmedien und auf Webseiten, die von einem Printmedium betrieben werden.

Günther Greul vertritt ÖZV im Presserat

Der Österreichische Zeitschriften- und Fachmedienverband wird durch Günther Greul im Trägerverein vertreten. Er ist bereits seit der konstituierenden Sitzung im März 2010 als Vertreter des ÖZV im Trägerverein und ist seit damals auch einer der beiden Rechnungsprüfer des Vereins. Der Presserat wird neben dem ÖZV von der Journalistengewerkschaft, dem Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ), dem Verein der Chefredakteure, dem Verband der Regionalmedien Österreichs (VRM) sowie dem Presseclub Concordia getragen. Derzeit erkennen sechs Mitgliedsmedien des ÖZV den Ehrenkodex und die Schiedsgerichtsbarkeit des Presserates an: Autorevue, Golfrevue, Gusto, News Leben, Trend und Xpress.

2013 wurden 110 Fälle behandelt

Im Jahr 2013 wurden bis zum Oktober 103 Fälle an die beiden Senate des Presserats herangetragen. Hinzu kommen sieben weitere Fälle, in denen die Senate von sich aus tätig geworden sind. Das ergibt eine Fallzahl von 110 (Stand 10.10.2013; im Jahr 2012 betrug die Anzahl der Fälle über das gesamte Jahr 145). 2011 gab es in neun von 80 Fällen Ethikverstöße. Der Presserat wurde unter den Lesern deutlich bekannter und wurde demnach auch stärker genutzt: Von den 145 Fällen des Jahres 2012 gingen 138 auf Eingaben von außen zurück.

Die Fälle, die 2013 an den Presserat herangetragen werden, sind sehr unterschiedlich. Es melden sich bekannte Personen, Vereine und Institutionen, aber vielfach auch besorgte Leserinnen und Leser, die einen Ethik-Verstoß in einem Artikel beanstandeten.

Änderungen im Ehrenkodex

2012 wurden zwei Änderungen des Ehrenkodex für Journalisten beschlossen: Unter anderem wird die Berichterstattung über Suizide und Selbstverstümmelung sowie deren Versuche geregelt. Weiters wurde ein neuer Punkt eingeführt, der verdeckte Recherchen in Einzelfällen zulässt, wenn ein Journalist Informationen von besonderem öffentlichen Interesse beschafft.

© Österreichischer Presserat/APA-Fotoservice/Schedl

David Barstow, investigativer Journalist bei der „New York Times" und dreifacher Pulitzer-Preisträger, war auf Einladung des Presserates in Wien.

Schließlich wurde eine Richtlinie mit ethischen Regeln zur Finanz- und Wirtschaftsberichterstattung beschlossen, die unter anderem besagt: „Medienmitarbeiter verwenden Informationen, die sie im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit erfahren und die nicht öffentlich zugänglich sind, nur für publizistische Zwecke und nicht zum eigenen Vorteil oder zum Vorteil Dritter."

Compliance und Aufdeckerjournalismus

In diesem Jahr führte der Presserat eine Reihe interessanter Veranstaltungen durch, unter anderem eine Diskussionsveranstaltung mit dem KfJ zum Thema Compliance. Am 21. Jänner wurde dazu am Podium diskutiert, was klare redaktionsinterne Regeln leisten und bewirken und in welchem Verhältnis diese Regeln zu den Bestimmungen des Ehrenkodex für die österreichische Presse stehen. Die Diskutanten waren: Alexandra Föderl-Schmid („Der Standard"), Anthony Mills (International Press Institute), Josef Trappel (Universität Salzburg) und Anton Sahlender (Vereinigung der Medien-Ombudsleute).

David Barstow auf Einladung des Presserats in Wien

Weiters hielt der Presserat am 18. Februar 2013 in Zusammenarbeit mit dem Presseclub Concordia eine Veranstaltung über investigativen Journalismus ab. Die Keynote-Speech mit dem Titel „How I uncovered the Wal-Mart scandal in Mexico" hielt David Barstow, investigativer Journalist bei der „New York Times" und dreifacher Pulitzer-Preisträger. Er diskutierte im Anschluss mit Renate Graber („Der Standard"), Matthias Karmasin (Uni Klagenfurt) und Kurt Kuch („NEWS"). +++

KOLLEKTIVVERTRÄGE FÜR ZEITSCHRIFTEN UND FACHMEDIEN

Eine wesentliche Kernkompetenz des Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedienverbandes ist die Verhandlung der einschlägigen Mantelkollektivverträge sowie der jeweiligen Tarife als Sozialpartner gemeinsam mit der Gewerkschaft. Folgend ein Überblick über die aktuellen Tarifabschlüsse und geänderten Vereinbarungen:

Kollektivvertrag für journalistische Mitarbeiter

Mit Wirkung vom 1. März 2013 wurden die Tarifgehälter für journalistische Mitarbeiter bei österreichischen Zeitschriften und Fachmedien um 65 Euro angehoben. Bestehende Überzahlungen blieben aufrecht. Dies gilt auch auf Vorrückungen und Umstufungen in der Tariftabelle. Die monatliche Infrastrukturpauschale für angestellte Journalisten, die mit eigenem Equipment arbeiten (Text und Bild), wurde mit 191,50 Euro festgesetzt.

Vereinbarungen für freie Mitarbeiter

Die Honorierung für reine A4-Textseiten für freie und ständig freie Mitarbeiter beträgt 101,50 Euro für maximal 6.300 Anschläge. Es wurde eine Aliquotierung auf eine Halbe-, eine Viertel-, eine Achtel-Seite vereinbart, wobei ein Achtel als Mindesthonorar gilt. Bei der Aliquotierung erfolgt eine Rundung auf volle Fünfzig-Cent-Beträge.

Die Honorierung von Bildbeiträgen für freie und ständig freie Mitarbeiter macht bei einer Ausarbeitung im Verlag 31,50 Euro aus, für ein reproduktionsfähiges Foto 44,50 Euro. Die Infrastrukturpauschale für ständig freie Mitarbeiter beträgt 191,50 Euro.

Als ständig freie Mitarbeiter gelten jene Journalisten, die zumindest an der Hälfte der in einem Kalenderjahr erscheinenden Ausgaben mitarbeiten und dies nicht nur nebenberuflich, sondern in wirtschaftlicher Abhängigkeit zum Auftraggeber.

In § 9 Z. 1 wurde der dritte Satz wie folgt neu gefasst: „Die Abgeltung der Differenz zur gesetzlichen Arbeitszeit (derzeit 40 Wochenstunden) in Geld ist nicht zulässig."

Kollektivvertrag für kaufmännische Angestellte

In der Verhandlungsrunde zwischen GPA-djp und ÖZV am 5. Dezember 2012 wurde mit Wirksamkeit 1.1.2013 – 31.12.2013 folgender Abschluss getätigt:

Anhebung der kollektivvertraglichen Mindestgehälter in den Beschäftigungsgruppen 1 - 6 um 2,85 Prozent, mindestens jedoch um 60 Euro. Die Lehrlingsentschädigungen wurden mit 3 Prozent angepasst. Alle Positionen wurden auf den nächsten vollen Euro-Betrag aufgerundet, bestehende Überzahlungen werden aufrechterhalten.

Vereinbart wurde, dass bei künftigen Gehaltsverhandlungen die von der Statistik Austria für die jeweils 12 vorangegangenen Monate verlautbarten Werte des VPI zu Grunde gelegt werden.

+++

INTERNATIONALES

EUROPÄISCHE RAHMENBEDINGUNGEN AKTIV MITGESTALTEN

Bekanntermaßen nehmen rund 80 Prozent der legislativen Prozesse ihren Ursprung in Brüssel. Deren Inhalte erlangen mittelbar in Form von Richtlinien oder unmittelbar durch Verordnungen Geltung in der österreichischen Rechtsordnung. Um für die Interessen österreichischer Zeitschriften und Fachmedien schlagkräftig einzutreten, forciert der ÖZV seine Lobbying-Bemühungen auf europäischer Ebene.

Die Positionen der heimischen Zeitschriften und Fachmedien werden hierbei durch die ÖZV-Geschäftsführung selbst dargelegt, aber auch durch den europäischen Zeitschriftenverband European Magazine Media Association (EMMA), dessen Mitglied der ÖZV ist. Zudem ist der Verband Mitglied beim weltweiten Zeitschriftenverband FIPP (Worldwide Magazine Media Association, vormals International Federation of the Periodical Press).

Evergreen Werbebeschränkungen

Unterschiedliche Initiativen und Beschränkungen in Sachen Werbung sind auf europäischer Ebene laufend in Diskussion. Der ÖZV vertritt hierbei die grundsätzliche Position, dass Werbung für private und unabhängige Medien eine wesentliche Finanzierungsquelle darstellt. Werbung ist Teil einer umfassenden Gesamtkommunikation und wichtige Informationsquelle für Kunden und Konsumenten. Werbeverbote und -einschränkungen höhlen oftmals das verfassungsrechtlich gewährleistete Grundrecht der Informationsfreiheit unverhältnismäßig aus.

Für Zeitschriften und Fachmedien sind einzelne geringfügige Werbebeschränkungen nicht immer unmittelbar mit großen negativen Auswirkungen verknüpft. Sie können jedoch in der Summe schwerwiegende Folgen am Anzeigenmarkt haben. Dies trifft insbesondere zu, wenn man bedenkt, dass sie präjudizielle Auswirkungen in Hinblick auf weitere Beschränkungen haben oder auch den Werbemarkt zu Gunsten anderer Marktteilnehmer verzerren können.

© fotolia.com / mirpic

Eine der Werbebeschränkungen, die im vergangenen Jahr diskutiert wurde, ist unter anderem die Ausweitung der Informationspflicht für Verbrauchs- und Emissionswerte von Personenkraftwagen. Weiters gibt es Gespräche über die Ausdehnung der verpflichtenden konsumentenschutzrelevanten Angaben bei Kreditvergabeanzeigen. Darüber hinaus stehen weitere Einschränkungen und Auflagen im Bereich der Werbung für alkoholhaltige Getränke und ein von der Europäischen Kommission publiziertes White-Paper zur Diskussion, welches Restriktionen im Bereich der Werbung für „gesundheitsbedenkliche" Nahrungsmittel vorsieht. Seitens der Europäischen Kommission soll noch in diesem Jahr begonnen werden, die erwähnte „Labelling-Directive" (Angabe der Emissionswerten bei KFZ-Anzeigen) zu evaluieren, eine Tagung des European Alcohol and Health Forum ist ebenso noch für 2013 geplant. Das Forum behandelt die Thematik Werbung für alkoholhaltige Getränke.

Medienvielfalt durch Regulierung gewährleisten?

Schon seit geraumer Zeit wird auf europäischer Ebene der Themenkomplex „Medienvielfalt" behandelt. Nach einer Studie zur Messbarkeit der europäischen Medienvielfalt wurde von einer High Level Group (Vorsitzende der Gruppe ist neben weiteren hochrangigen Mitgliedern die ehemalige lettische Präsidentin Prof. Vaira Viķe-Freiberga) Empfehlungen zu Medienvielfalt und Pressefreiheit veröffentlicht. Diese hat festgehalten, dass eine freie und vielfältige Medienlandschaft grundlegend für die europäische Demokratie ist. Die Experten schlugen vor, die Rolle der Medien für eine funktionierende Demokratie in den nationalen Lehrplänen zu verankern. Neben diesen positiven Aspekten wird auch die Errichtung einer Europäischen Kontrollinstanz für Medien vorgeschlagen.

Aus Sicht des Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedienverbandes ist jedoch klar, dass unabhängige Zeitschriften und Fachmedien nicht in die Nähe staatlicher oder europäischer Kontrollen oder Aufsicht geraten sollten. Selbstregulierende Maßnahmen und Initiativen müssen anstelle europäischer Kontrollen angestrebt werden, so wie dies in Österreich durch den Presserat geschieht, in dem der ÖZV ohnehin bereits vertreten ist.

Weitere Lobbying-Schwerpunkte

In den nächsten Monaten stehen unter anderem folgende Schwerpunkte auf der Agenda der europäischen Interessensvertretungen:

- Der Einsatz für die Änderung der EU-Mehrwertsteuer-Richtlinie, damit reduzierte Mehrwertsteuersätze in den EU-Mitgliedstaaten für Zeitschriften und Fachmedien in Zukunft auch auf deren digitale Angebote angewendet werden können.

- Darüber hinaus findet laufend ein Monitoring der Aktivitäten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Europa statt.

- Weiters steht der Themenkomplex Urheberrecht und Zugang bzw. Verwertbarkeit von Public Service Information (PSI) auf der Agenda sowie die Netzneutralität und einige andere Themen, wie die mögliche Einführung eines europäischen Umweltzeichens auf Printprodukte.

Europäische Datenschutzverordnung

Seit 2011 arbeitet die Europäische Kommission an einer Reform der Datenschutzrichtlinie mit dem Ziel, ein umfassenderes Gesamtkonzept für den Datenschutz in der Europäischen Union zu schaffen. Anfang 2012 legte die Kommission einen Entwurf für eine Datenschutzverordnung vor. Diese soll die geltenden Datenschutzbestimmungen in den Mitgliedsländern, somit auch in Österreich, ersetzen. Während die geltende Datenschutzrichtlinie nur Mindeststandards schafft, käme es durch eine Datenschutzverordnung zu einer annähernden Vollharmonisierung:

- Die Verordnung würde in den Mitgliedstaaten direkt gelten und die dort bestehenden Datenschutzgesetze verdrängen;

- Platz für eigene Regelungen der Mitgliedstaaten wäre nur bei wenigen Punkten, bei denen die Verordnung ausdrücklich eigenständige Regelungen der Mitgliedstaaten erlaubt.

Nach der geltenden Datenschutzrichtlinie bzw. den geltenden nationalen Bestimmungen ist die Verarbeitung von personenbezogenen Daten zulässig, wenn sie erforderlich ist zur Verwirklichung des berechtigten Interesses, das von dem für die Verarbeitung Verantwortlichen oder von dem bzw. den Dritten wahrgenommen wird, denen die Daten übermittelt werden, sofern nicht das Interesse oder die Grundrechte und Grundfreiheiten der betroffenen Person überwiegen.

Neben problematischen Vorgaben im Bereich der Datenverarbeitung zu journalistischen Zwecken (Adresskarteien) und anderen ist insbesondere ein Entwurfsteil der Verordnung in Zusammenhang mit oben angeführten derzeitigen gesetzlichen Rahmen problematisch. Die EU-Datenschutzverordnung erlaubt nach dem derzeitigen Wortlaut des Entwurfes Datenverarbeitung nur noch zur Verwirklichung eigener überwiegender berechtigter Interessen, aber nicht zur Verwirklichung überwiegender berechtigter Interessen Dritter. Eine Datenverarbeitung für Dritte, wie sie von der gesamten Branche der Direktmarketing-Unternehmen betrieben wird, wäre damit nur noch mit expliziter Zustimmung der betroffenen Personen möglich.

Eine Vielzahl österreichischer Unternehmen bedient sich der Fachkenntnis und der Dienstleistungen von Direktmarketing-Firmen, um so die optimalen Werbemaßnahmen für Produkte und Dienstleistungen zu ermöglichen. Dies ist auch bei Österreichs Unternehmen verlegerischer Herkunft der Fall, die durch die in Diskussion stehenden Regelungen beträchtlich beeinträchtigt werden würden. In diesem Zusammenhang vertritt der Österreichische Zeitschriften- und Fachmedienverband die grundsätzliche Position, dass Werbung nicht Opfer einer unscharfen Interessensabwägung zwischen Wirtschaft und Konsumentenschutz sein darf.

Der gesetzgebende Prozess ist jedoch nicht abgeschlossen, sondern auf europäischer Ebene weiter im Laufen und wird daher den Verband auch in den kommenden Monaten intensiv beschäftigen. +++

INTERNATIONALE MITGLIEDSCHAFTEN

© EMMA

Max von Abendroth ist seit 2009 Executive Director der EMMA.

© EMMA

David J. Hanger hat seit 2006 den Vorsitz bei der EMMA inne. Er ist Magazin-Herausgeber in Großbritannien.

Der Österreichische Zeitschriften- und Fachmedienverband ist Mitglied der European Magazine Media Association (EMMA), welche insbesondere für europarelevante Themen Partner ist, und der Federation International of Periodical Press (FIPP), welche sowohl auf europäischer Ebene als auch weltweit branchenrelevante Anliegen vorantreibt.

Um die nationalen Interessen seiner Mitglieder bestmöglich auch in der Organisation zu vertreten, nimmt der ÖZV-Geschäftsführer nicht nur an den regelmäßigen Sitzungen der entsprechenden Gremien und Boards teil, sondern übt in diesen auch operative Funktionen aus: Gerald Grünberger ist Mitglied des Präsidiums und Schatzmeister der EMMA.

European Magazine Media Association (EMMA)

Die European Magazine Media Association (EMMA) mit Sitz in Brüssel ist eine Non-Profit-Organisation und wurde 1988 gegründet. Das Amt des Präsidenten übt derzeit David Hanger (vormals Herausgeber von „The Economist") aus, Geschäftsführer ist Max von Abendroth. Derzeit sind 27 nationale Verlegerverbände aus den meisten europäischen Ländern Mitglied. Hinzu kommen 21 Corporate Publishing Unternehmen, so dass in Summe über 15.000 Verlage und über 50.000 Zeitschriften- und Magazintitel von der EMMA vertreten werden.

Besonderes Augenmerk legt die EMMA auf die Förderung einer pluralistischen und vielfältigen europäischen Print-Medienlandschaft und deren langfristige Wettbewerbsfähigkeit. Darüber hinaus tritt sie für selbstregulierende Mechanismen anstelle staatlicher Regulierung, ausgewogene rechtliche Rahmenbedingungen und die Freiheit kommerzieller Information als integraler Bestandteil einer eigenverantwortlichen Informationsgesellschaft ein. Zusätzlich ermöglicht die EMMA durch Fachveranstaltungen, Publikationen und digitaler Informationsflüsse den Diskurs zwischen den einzelnen Mitgliedern.

Welt-Zeitschriftenverband (FIPP)

Der weltweite Zeitschriftenmedienverband, vormals Federation International of Periodical Press (FIPP) mit Sitz in London zählt mehr als 700 Mitglieder. Von diesen sind 56 nationale Verbände und über 500 Verlage. Im Gegensatz zur EMMA fokussiert sich die FIPP aufgrund ihrer weltweiten Tätigkeiten weniger auf gesetzgeberische Entstehungsprozesse, sondern versteht sich mehr als wissensvermittelnde Plattform.

Durch Fachpublikationen, Konferenzen und interaktiv werden die Mitglieder mit Informationen zu den neuestens Trends, Entwicklungen und überregionalen Marktdaten versorgt, die einen Überblick über die weltweite Printmedien-Situation zulassen. +++

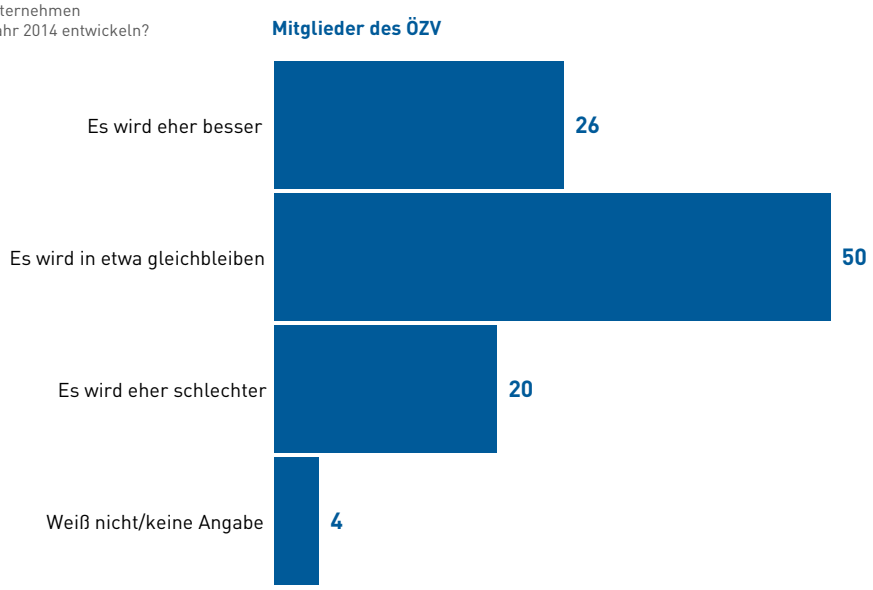
ÖZV-INTERN

BRANCHENBEFRAGUNG

Wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens im kommenden Jahr 2014

Konstant bis positiv wird die wirtschaftliche Entwicklung des eigenen Unternehmens im kommenden Jahr eingeschätzt.

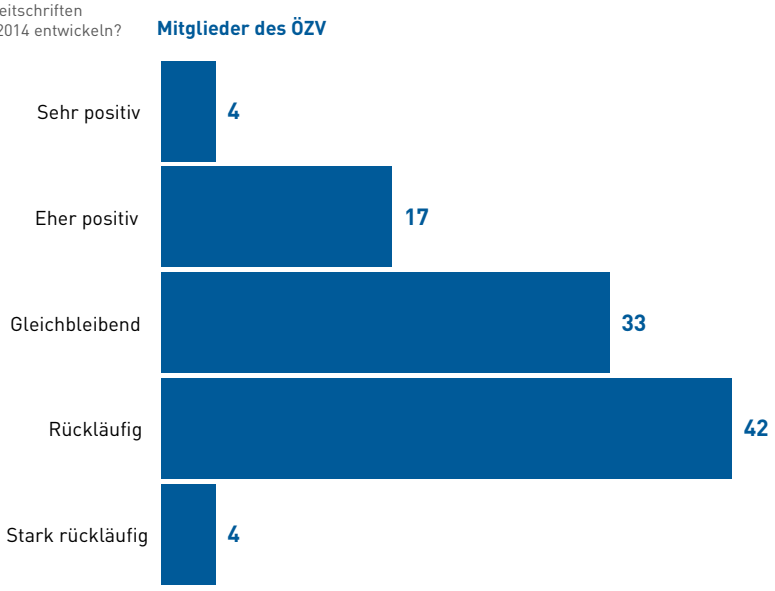
Wie glauben Sie wird sich Ihr Unternehmen wirtschaftlich im kommenden Jahr 2014 entwickeln?



Entwicklung des Werbemarktes für Zeitschriften und Fachmedien im kommenden Jahr 2014

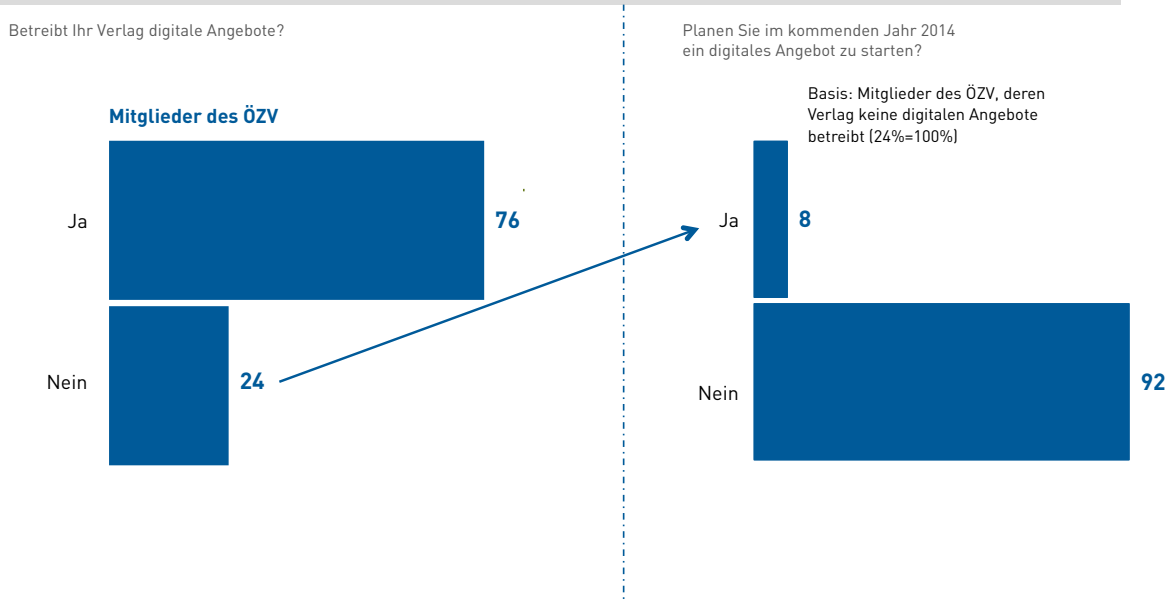
Knapp jeder zweite Verlag ist der Meinung, dass sich der Werbemarkt 2014 eher rückläufig entwickeln wird.

Wie glauben Sie wird sich der Werbemarkt für Zeitschriften und Fachmedien generell im kommenden Jahr 2014 entwickeln?



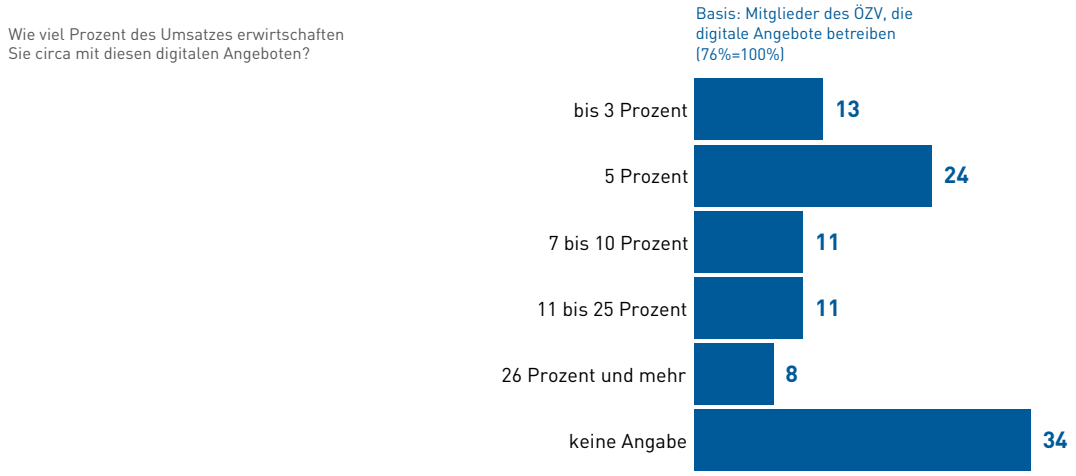
Digitale Angebote

Drei Viertel der Verlage betreiben auch digitale Angebote. Von den 24 Prozent, die derzeit keine digitalen Angebote haben, planen 8 Prozent eines in Zukunft zu starten.



Prozentuell erwirtschafteter Umsatz mit den digitalen Angeboten

Gut 10 Prozent des Umsatzes wird derzeit mit digitalen Medien erwirtschaftet.



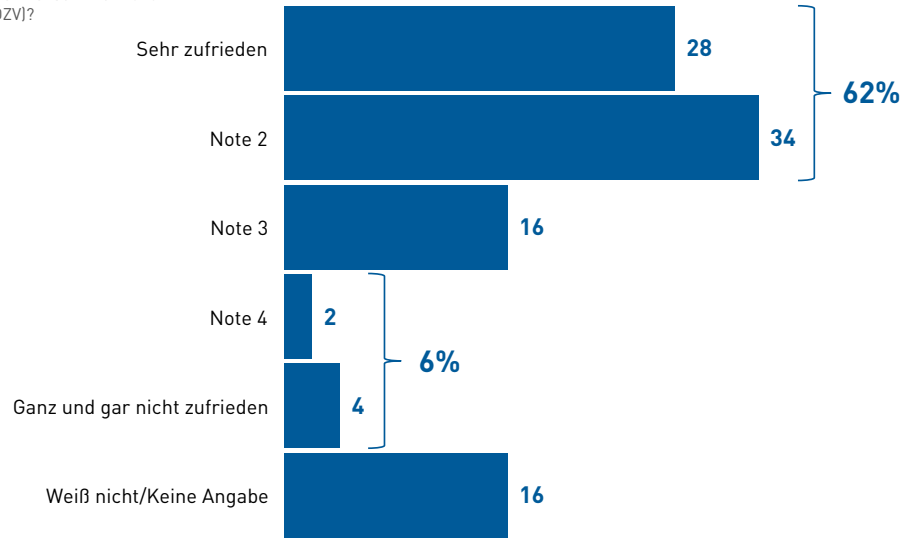
Im Durchschnitt wird mit digitalen Medien erwirtschaftet: **10,27 Prozent**

STIMMUNGSBAROMETER DER ÖZV-MITGLIEDER

Zufriedenheit mit der Arbeit des Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedienverbands (ÖZV)

ⓘ Durchaus positiv wird die Arbeit des ÖZV von den Mitgliedern bewertet. 28 Prozent sind mit dem ÖZV sehr zufrieden und weitere 34 Prozent zufrieden.

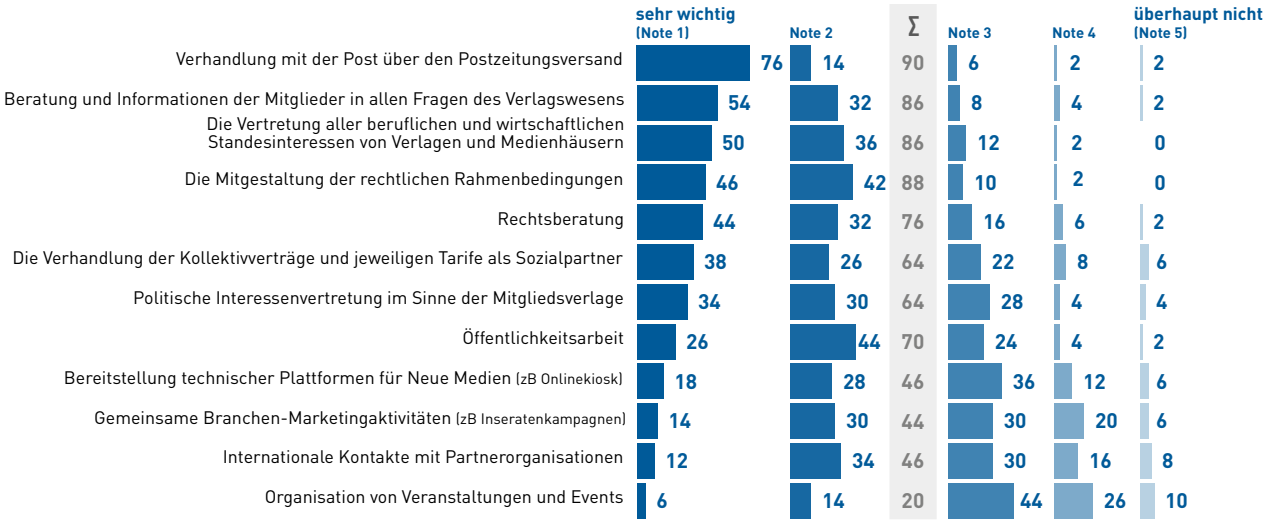
Wie zufrieden sind Sie alles in allem mit der Arbeit des Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedienverbandes (ÖZV)?



Wichtige Tätigkeitsbereiche des ÖZV

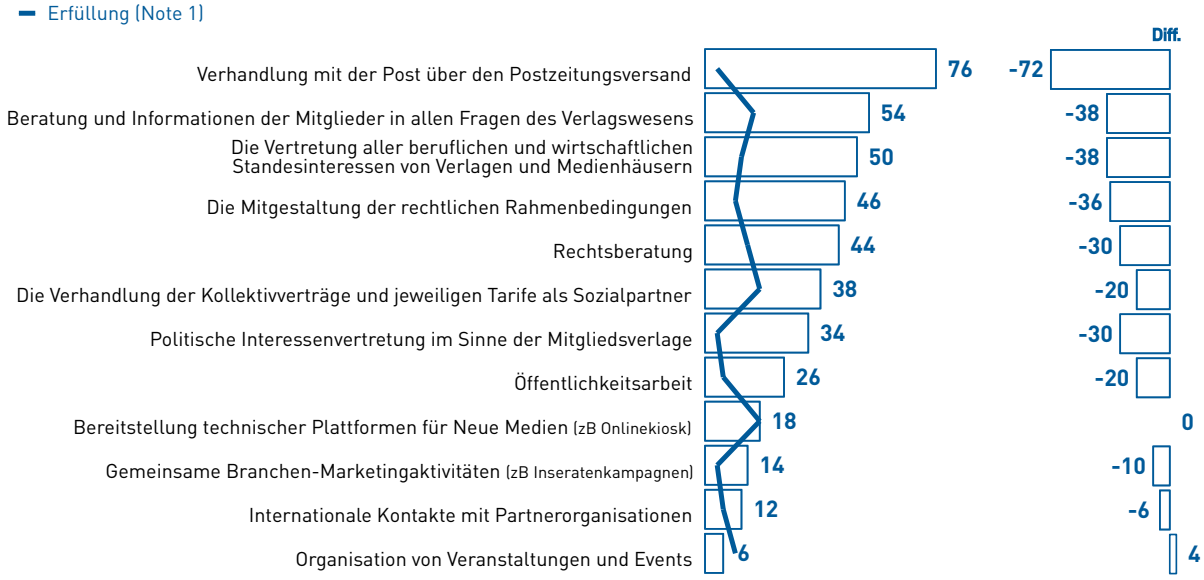
ⓘ Verhandlungen mit der Post, Beratung und Information und die Vertretung der Standesinteressen sollen die Haupttätigkeitsbereiche des ÖZV sein.

Im Folgenden sind verschiedene Tätigkeitsbereiche für den ÖZV aufgelistet, die für Sie wichtig sein können oder auch nicht. Bitte geben Sie pro Bereich anhand von Schulnoten an, wie wichtig Ihnen dieser Bereich ist!



SOLL/IST

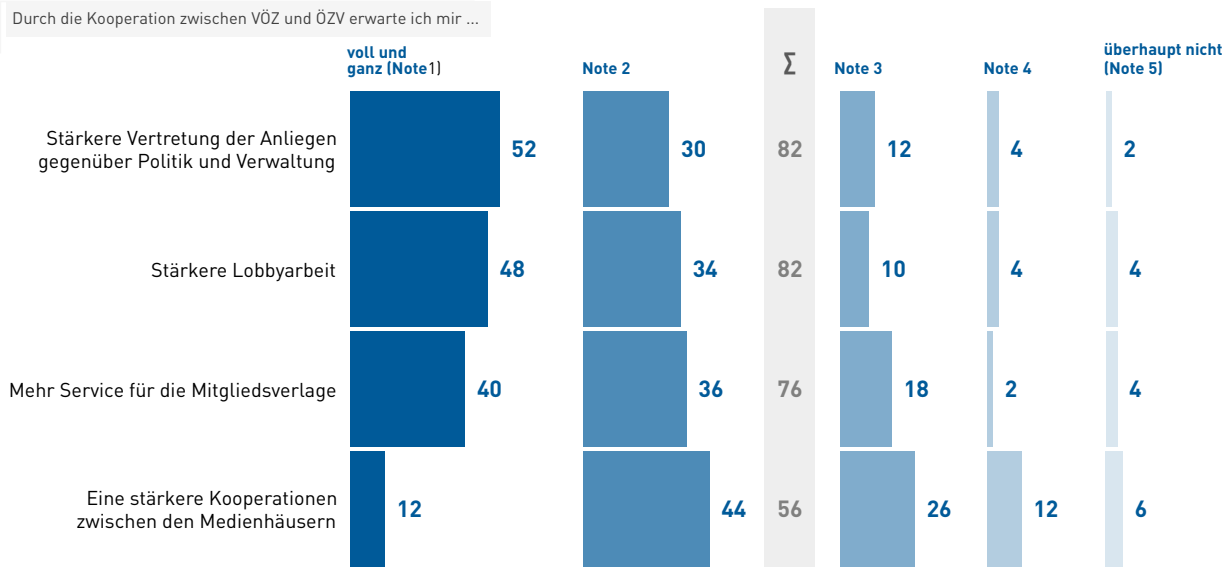
Grundsätzlich sind Erwartungen immer höher als deren Erfüllung. Aber je größer der Gap dazwischen ist, desto dringender ist der Handlungsbedarf.



Erwartungen durch die Zusammenarbeit

Es wird vor allem eine stärkere Vertretung der Anliegen gegenüber Politik und Verwaltung und eine stärkere Lobbyarbeit erwartet.

Wie stark stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Bitte geben Sie das anhand von Schulnoten an. 1 bedeutet Sie stimmen der Aussage voll und ganz zu und 5 bedeutet Sie stimmen der Aussage ganz und gar nicht zu. Dazwischen können Sie abstufen!



Basis für Grafiken Seite 30 - 33: 50 Teilnehmer von knapp 150 Verlagen.

JURYBERICHT ZUM ÖSTERREICHISCHEN ZEITSCHRIFTENPREIS 2013

© Luiza Puiu

1. Preis: Thomas Trescher

© Elke Bitter

2. Preis: Susanne Wolf

© Maximilian von Kerssenbrock

3. Preis: Andrea von Kerssenbrock

Seit 1983 zeichnet der ÖZV besonders gelungene Zeitschriftenbeiträge mit dem Österreichischen Zeitschriften-Preis aus. Eingereichte Beiträge müssen in Österreich gedruckt oder digital publiziert worden sein und der Information und Unterhaltung eindeutig definierter Ziel- und Lesergruppen dienen. Der Österreichische Zeitschriftenpreis ist mit 3.000 Euro dotiert und wird jährlich gegen Jahresende in Wien feierlich verliehen.

48 Arbeiten wurden dieses Jahr eingereicht

In den Richtlinien für den Preis wird besonders betont, dass die Preisträger relevante Ereignisse oder Tendenzen für spezifische Lesergruppen darstellen, Orientierungswissen vermitteln, mit ihrer Darstellung Verständnis erleichtern, die Leser-Blatt-Bindung stärken und sowohl die stilistische Qualität als auch die grafische Gestaltung der Beiträge besonders ansprechend zu sein haben. In der Jury vertreten waren 2013 Wolfgang Brandstetter, Günther Greul, Georg Waldstein und Elisabeth Wasserbauer. Sie sichteten gemeinsam mit ÖZV-Geschäftsführer Gerald Grünberger 48 Einreichungen. Deren Qualität war durchwegs hoch, die Einigung auf drei Preisträger fiel daher erst nach langer Beratung.

Erster Platz geht an Thomas Trescher vom Datum

Der Österreichische Zeitschriftenpreis 2013 geht an das Monatsmagazin „Datum" mit dem Artikel „Wie wir sterben wollen". Der Autor Thomas Trescher stellt darin die Frage, was das Leben wert ist: „Wir werden immer älter und immer kränker – und immer teurere Medikamente versprechen ein noch längeres Leben. Doch wie viel ist das Leben wert, wie viel Leid und wie viel Geld?" In Zeiten steigender Gesundheitsausgaben werden Lebenszeit und Kosten gegeneinander abgewogen. Der Autor zeigt das auf, hat mit Palliativmedizinern und einer Patientenanwältin gesprochen, zitiert eine amerikanische Wissenschaftlerin, den Gesundheitsminister und eine Frau, die nur noch wenige Tage zu leben hat.

Dabei bleibt er sachlich und differenziert und scheut sich nicht vor heiklen Fragen wie „Dürfen wir alles machen, was wir machen können?" Denn natürlich gehe es auch um Geld, das etwa für eine Krebstherapie ausgegeben werde, das bei der Behandlung von Diabetikern wieder fehle. Sowohl das Thema als auch den schlichten, analysierenden Stil hat die Jury für auszeichnungswürdig befunden. Seine Formulierungen kommen auf den Punkt und bringen ein Thema ins Bewusstsein,

das wir gemeinsam mit den verantwortlichen Politikern gerne verdrängen: „dass viele Ärzte mit falschen Hoffnungen operieren – und damit mehr Leid verursachen als lindern". Eine Patientin kommt zu Wort und es fallen so schöne wie berührende Formulierungen wie „eine letzte Runde Leben", wenn es um Erdbeeren und Spaziergänge geht.

Reportage von einer Tanzgruppe mit Down Syndrom

Platz 2 geht an die Zeitschrift „Wienerin". Susanne Wolf hat mit ihrem Beitrag „Mitten ins Herz getanzt" ein bewegendes Porträt einer Tanzgruppe geschaffen, in der sich Menschen mit Down Syndrom ausdrücken und Anerkennung finden können. Dabei spricht sie auch gesellschaftliche Themen an wie die pränatale Diagnostik. In ihrer Einreichung beschreibt sie, dass 90 Prozent aller Embryos, bei denen Down Syndrom festgestellt wird, abgetrieben werden. Sie will informieren und Schwangeren die Angst vor einer Behinderung des Kindes nehmen. Darüber hinaus plädiert sie für ausführliche Beratung und mehr Vielfalt in unserer Gesellschaft. Einen der Tänzer zitiert sie mit den Worten „Ich finde es nicht fair, dass wir aussterben sollen." Mit dem szenischen Einstieg versetzt sie die Leserin direkt in den Probensaal und stellt ein Pärchen vor, das in der Kompanie mittanzt. Kraftvolle Tanzszenen sind auch in den Fotos festgehalten und unterstützen den Text, der dazu aufruft, Menschen mit Down Syndrom ihr Leben leben zu lassen.

Ausgezeichnet: Stute holt Frau aus dem Wachkoma

Auf Platz 3 landet der Artikel „Dr. Horse". Im „Universum Magazin" porträtiert Andrea von Kerssenbrock Pferde, die durch ihre feine Wahrnehmung und unmittelbare Körpersprache Menschen heilen. Eine Stute etwa, die gemeinsam mit einer Therapeutin eine Frau aus dem Wachkoma geholt hat. Von Kerssenbrock macht das sprachlich ansprechend und wissenschaftlich untermauert von Psychologen und Pädagoginnen. Ausdrucksvolle Pferdefotos geben einen Eindruck davon, wie fein die Kommunikation der Pferde sein kann, unterstützt durch die grafische Gestaltung mit Beschreibungen, die direkt in die Bilder gesetzt wurden.

Zeitschriften bieten umfassende Unterhaltung, das Themenspektrum ist so breit wie das Leben. Dass alle drei Preisträger des Jahres 2013 mit medizinischen Themen im weitesten Sinn zu tun haben, ist Zufall. +++

© ÖZV / Gabriel

Der ausgezeichnete Artikel von Thomas Trescher erschien in der Ausgabe 6 /2013 des Monatsmagazins „Datum".

© ÖZV / Gabriel

Die zweit- und drittplatzierten Beiträger erschienen in der „Wienerin" und im „Universum Magazin".

© KfJ

Elisabeth Wasserbauer, Geschäftsführerin des Kuratoriums für Journalistenausbildung, ist Sprecherin der Jury zum Österreichischen Zeitschriftenpreis.

GESCHÄFTSFÜHRER WOLFGANG BRANDSTETTER IM WOHLVERDIENTEN RUHESTAND

© ÖZV / Csar

ÖZV-Präsident Wolfgang Pichler zu Brandstetter: „Der ÖZV ist dir zu großem Dank verpflichtet."

Wolfgang Brandstetter, langjähriger Geschäftsführer des Zeitschriften- und Fachmedien-Verbandes, ging mit 30. Juni 2013 in den wohlverdienten Ruhestand. Er war über 15 Jahre Geschäftsführer des Zeitschriftenverbandes.

„Freundschaftliches Klima in der Verbandsarbeit"

Am 10. September versammelte sich ihm zu Ehren der Vorstand des Verbandes und dankte Brandstetter für sein verdienstvolles Wirken. ÖZV-Präsident Wolfgang Pichler richtete dabei persönliche Worte an Brandstetter, der über 15 Jahre den Verband entscheidend geprägt hat: „Der ÖZV ist dir zu großem Dank verpflichtet. Ich persönlich bin es auch. Ich weiß, du wolltest bereits früher in Pension gehen. Ich bin aber froh, dass du noch ein paar Jahre drangehängt hast."

Auch der scheidende Geschäftsführer Brandstetter fand im Kreise der Vorstandsmitglieder Worte des Dankes: „Es hat in all den Jahren nie eine Kampfabstimmung im Vorstand gegeben. Es herrschte ein sehr freundschaftliches Klima in der Verbandsarbeit. Das hat mir große Freude bereitet."

Weiterhin gute Chancen für Zeitschriften und Fachmedien

Bereits einige Wochen zuvor verabschiedete sich Brandstetter in einem Schreiben an die Mitglieder mit einem Rückblick auf seine Zeit als Geschäftsführer: Die Zeit sei von „gewaltigen" technologischen Entwicklungen geprägt und dies werde die gesamte Branche nachhaltig verändern. „Gewiss, unsere traditionellen Geschäftsmodelle werden in einer Welt, in der eine (Über-)Fülle von Informationen aus dem Web schnell und (immer noch) gratis abrufbar sind, kritisch zu hinterfragen sein. Dennoch sehe ich für Zeitschriften und Fachmedien auch weiterhin gute Chancen: Gerade in diesem Informations-Labyrinth benötigen unsere traditionellen Zielgruppen auch in Zukunft eine fundierte Orientierung. Der ÖZV kann und wird Sie, wie auch schon in der Vergangenheit, auf diesem Weg begleiten und unterstützen."

Brandstetter zeigte sich dankbar für die Würdigung seiner Arbeit, „die mir schon 2003 durch die Zuerkennung der ‚Friedrich-Funder-Medaille' zuteil geworden ist – der höchsten Auszeichnung, die der ÖZV zu vergeben hat."

Unter den Punkten, die er „in Hinkunft sicher vermissen werde", hob der ehemalige Geschäftsführer den lebendigen Kontakt mit den Mitgliedern, die besondere Qualität der Sozialpartnerschaft, die vielfältigen Informationen der internationalen Verbände EMMA und FIPP, die Diskussionen im Vorstand, die Entwicklung der MMA Online-Kiosk-App und die Durchführung der jährlichen Vollversammlung und der Verleihung des ‚Zeitschriften-Preises' hervor.

Brandstetter war seit den 1980ern im ÖZV-Vorstand

Wolfgang Brandstetter studierte an der Universität Wien Rechtswissenschaften und promovierte 1966 zum Dr. jur. Nach seinem Gerichtsjahr begann er bei der Werbeagentur Haupt Stummer in Wien. Zwei Jahre später wechselte er zu Young & Rubicam nach Frankfurt am Main, danach ging er in das Wiener Büro dieser Werbeagentur. Von 1977 bis 1995 war Brandstetter im Österreichischen Agrarverlag als geschäftsführender Direktor tätig.

Bereits seit den 1980er Jahren war er im Vorstand des ÖZV. „Meine ersten Kontakte zum ÖZV reichen zurück in die Zeit der Präsidentschaft von Dr. Josef Enigl, Verbands- und späterer Ehrenpräsident von 1972 bis 1982", schrieb Brandstetter im Mitgliederschreiben. Von 1998 bis 2013 war er der erste hauptamtliche Geschäftsführer und Vizepräsident des ÖZV. Mit 1. Juli 2013 hat VÖZ-Geschäftsführer Gerald Grünberger diese Aufgabe übernommen. +++

VORSTANDSMITGLIEDER 2012 - 2013

Die Mitglieder des ÖZV-Vorstandes wurden in einer außerordentlichen Vollversammlung am 12. April 2012 neu gewählt. Bei der Generalversammlung am 14. November 2013 kommt es aufgrund des Ausscheidens von Dr. Wolfgang Brandstetter zu einer neuerlichen Neuwahl. Brandstetter hat seine Funktion als Vizepräsident Ende Juni zurückgelegt. Sein Rücktritt wird aber erst mit der Wahl eines Nachfolgers wirksam. Eine Funktionsperiode dauert zwei Jahre.

Dr. Wolfgang PICHLER
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
Präsident

© Stephan Huger

Dr. Wolfgang BRANDSTETTER
Österreichischer Zeitschriften- und
Fachmedien-Verband
Vizepräsident

© Sonja Gabriel

Hermann FUTTER
Compass-Verlag GmbH
Schriftführer

© Bettina Futter

Dr. Gabriele AMBROS
Bohmann Druck- und Verlag
Gesellschaft m.b.H. & Co. KG.
Schriftführer-Stv.

© Petra Spiola

DI Dr. Rainer EDER
Österr. Agrarverlag Druck- und
Verlags GmbH Nfg. KG
Schatzmeister

© Christine Vlasits

Mag. Dagmar LANG
Manstein Zeitschriften-
verlagsges.m.b.H.
Schatzmeister-Stv.

© Sabine Klimpt

Weitere Vorstandsmitglieder:

Erwin GOLDFUSS
LW Werbe- und
Verlagsgesellschaft m.b.H.

© LW Werbe- u. Verlags GmbH

Mag. Claudia GRADWOHL
Verlagsgruppe NEWS GmbH

© Verlagsgruppe NEWS GmbH

Komm.-Rat Thomas ZEMBACHER
Österreichischer
Wirtschaftsverlag GmbH

© Hans Ringhofer

MITGLIEDERBEWEGUNGEN

Im Berichtszeitraum 2012 / 2013 sind drei Verlagshäuser mit insgesamt vier Publikationen dem Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedienverband beigetreten. Gleichzeitig haben sieben Mitgliedsverlage den Verband verlassen.

Eintritte

Architektur aktuell
Auflage: 10.500, Erscheinungsweise: 10 x jährlich
URL: www.architektur-aktuell.at
Verlag: Medecco Holding GmbH, 1060 Wien
Beitritt: 06. Juni 2013

GralsWelt
Auflage: 8.000
Erscheinungsweise: 6 x jährlich
URL: www.gralswelt.at
Verlag: Mediaservice Werner Huemer, 8063 Hart-Purgstall.
Beitritt: 23. Februar 2012

SPORTaktiv - gesund & fit im Burgenland
Auflage: 5.500
Erscheinungsweise: 4 x jährlich
URL: www.asvoe-burgenland.at
Verlag: ASVÖ Burgenland, 7000 Eisenstadt.
Beitritt: 18. September 2012

kunst und kirche
Auflage: 1.200
Erscheinungsweise: 4 x jährlich
Verlag: Medecco Holding GmbH
Beitritt: 06. Juni 2013

Austritte

- Exclusiv Verlagsges.m.b.H. (10.07.2013)
- ESOX-media.verlag (15.07.2013)
- Stmk. KrankenanstaltengesmbH (31.12.2013)
- Medienwirtschaft Verlags GmbH (31.12.2013)
- print-verlag (09.07.2012)
- management club (24.07.2012)
- Universimed (31.12.2012)
- W-Point. G. & E. Wolf Perez OG (31.12.2012)
- SPV Printmedien GmbH - Blick ins Land (31.12.2012)

Mitgliedsbeiträge

Der Mitgliedsbeitrag für die erste Zeitschrift beträgt pro Halbjahr 240 Euro. Für jedes weitere Verlagsobjekt fällt ein halbjährlicher Beitrag von 110 Euro an. Die einmalige Aufnahmegebühr beträgt 80 Euro. +++

FINANZERGEBNIS 2012

Einnahmen	
satzungsgemäße Erträge	175.799,65
sonstige Erträge	130,00
Erträge aus Zinsen	6.183,02
Gesamt	**182.112,67**

Ausgaben	
Personalaufwand	82.033,39
betriebliche Aufwendungen	70.037,70
Steuern	10.030,75
Abschreibungen	483,21
Bilanzergebnis	19.527,62
Gesamt	**182.112,67**

DIE MITGLIEDER DES ÖZV

Zeitschriftentitel	Auflage	Erscheinung	Homepage
1000 und 1 Buch - Das Magazin für Kinder- und Jugendliteratur	2.300	4 x jährlich	www.1001buch.at
55plus-magazin.net	Internet-Magazin	Internet	www.55plus-magazin.net
a3B:Tec	18.500	monatlich	www.a3verlag.com
a3BAU	17.800	monatlich	www.a3verlag.com
a3BOOM!	13.300	monatlich	www.a3verlag.com
a3ECO	80.000	monatlich	www.a3verlag.com
a3GAST	18.250	monatlich	www.a3verlag.com
ADLER Zeitschrift für Genealogie und Heraldik	850	4 x jährlich	www.adler-wien.at
AKG on stage	3.000	2 x jährl. + online	www.akg.com
Allgemeine Invalidenzeitung	1.600	4 x jährlich	
Alpenpost - Zeitung d. steir. Salzkammergutes	6.000	14-täglich	www.alpenpost.at
anzeiger - Das Magazin für die österreichische Buchbranche	1.500	monatlich	www.buecher.at
A-Punkt	480	2 x jährlich	www.alcar-holding.com
Aqua Press International	8.000	4 x jährlich	www.bohmann-verlag.at
Architektur & Bauforum - FORUM	8.450	14-täglich	www.architektur-bauforum.at
Architektur aktuell	10.500	10 x jährlich	www.architektur-aktuell.at
Architekturjournal wettbewerbe	5.000	5 x jährlich	www.architekturweb.at
artmagazine.cc	Internet-Magazin	Internet	www.artmagazine.cc
ARZT & PRAXIS	15.000	10 x jährlich	www.arztundpraxis.at
ärztemagazin	16.190	14-täglich	www.aerztemagazin.at
Ärzte-Woche	17.420	44 x jährlich	www.aerztewoche.at
ASVÖ Newsletter	10.000	2-monatlich	www.asvoe.at
ATG Tankstellen- und Werkstättenjournal	10.000	monatlich	www.bohmann-verlag.at
Ausflug & Urlaub	50.000	6 x jährlich	www.ausflug-urlaub.at
auskunft.at	Internet-Magazin	Internet	www.auskunft.at
Austria Innovativ	34.500	6 x jährlich	www.bohmann-verlag.at
AUTO & Wirtschaft	13.500	11 x jährlich	www.autoundwirtschaft.at
AUTO aktuell	34.200	6 x jährlich	www.autoaktuell.at
auto touring	1.406.418	monatlich	www.autotouring.at
Auto-Information	1.200	wöchentlich	www.eurotax.at
automation report	8000	1 x jährlich	www.weka.at
autorevue - Das Magazin für Technik und Sport	63400	monatlich	www.autorevue.at
AUTOSERVICE	10.400	6 x jährlich	www.autoservice-online.at
bank und börse	6.300	wöchentlich	www.bankundboerse.at
Baublatt Österreich	14.000	10 x jährlich	www.specialmedia.com

Zeitschriftentitel	Auflage	Erscheinung	Homepage
BBB Baumaschine Baugerät Baustelle	11.650	10 x jährlich	www.bbb.co.at
Besser WOHNEN	79.000	monatlich	www.besser-wohnen.co.at
Besseres Obst	3.800	11 x jährlich	www.agrarverlag.at
best banking	5.100	8 x jährlich	www.bestbanking.at
Bestseller	12.800	10 x jährlich	www.manstein.at
BHM - Berg- u. Hüttenmännische Monatshefte	3.500	monatlich	www.springer.at
Bienen aktuell	20.000	11 x jährlich	www.bienenaktuell.com
BM BauMagazin	12.500	6 x jährlich	www.bm-online.at
brandaus	14.000	11 x jährlich	www.brandaus.at
Bühne - Österreichs Theater- u. Kulturmagazin	70.000	11 x jährlich	www.newsmedia.at
Business + Logistic	12.000	10 x jährlich	www.journalismus.at
Business Guide	Internet-Magazin	Internet + Print	www.myguides.at/Business-Guide
Camping Revue	15.000	6 x jährlich	www.campingclub.at
CASH - Das Handelsmagazin	27.000	11 x jährlich	www.cash.at
CCJournal	10.000	2 x jährlich	www.ccjournal.at
city - das magazin für urbane gestaltung	60.000	4 x jährlich	www.magazin-city.at
CliniCum	17.000	10 x jährlich	www.clinicum.at
CliniCum neuropsy	11.500	6 x jährlich	www.clinicum.at
CliniCum orthopädie	4.500	2 x jährlich	www.clinicum.at
CliniCum pneumo	10.500	6 x jährlich	www.clinicum.at
CliniCum urologie	3.500	4 x jährlich	www.clinicum.at
CODA - Zeitschrift der Musikergilde	6.000	4 x jährlich	www.musikergilde.at/
Color	12.700	monatlich	www.bauforum.at
compnet.at	Internet-Magazin	Internet	www.compnet.at
CONSOL.AT	28.000	10 x jährlich	www.consol.at
dach wand	3.000	6 x jährlich	www.dachforum.at
DAG Österr. Zeitschrift für das ärztliche Gutachten	500	6 x jährlich	www.manz.at/dag
Das österreichische Industriemagazin	25.000	10 x jährlich	www.industriemagazin.co.at
Der Anblick	24.500	monatlich	www.anblick.at
Der Donauraum	700	4 x jährlich	www.boehlau.at
Der fortschrittliche Landwirt	43.000	2 x monatlich	www.landwirt.com
Der Hinterbrühler	3.000	4 x jährlich	
Der Kamerad, Funktionärsbrief des Österreichischen Kameradschaftsbundes	2.000	4 x jährlich	www.okb.at
Der Konditor	2.000	10 x jährlich	www.derneuekonditor.at

Zeitschriftentitel	Auflage	Erscheinung	Homepage
Der österreichische Installateur	11.000	monatlich	www.derinstallateur.at
Der Pflanzenarzt	3.700	8 x jährlich	www.agrarverlag.at
der Plan	5.000	4 x jährlich	www.wien.arching.at
Der Reitwagen Das Österr. Motorradmagazin	45.000	10 x jährlich	www.reitwagen.at
Der Vierzeiler - Zeitschrift für Musik und Kultur und Volksleben	6.000-10.000	4 x jährlich	www.steirisches-volkslied-werk.at
Der Waldbauer	180.000	4 x jährlich	www.agrarverlag.at
Der Winzer	14.536	monatlich	www.agrarverlag.at/derwinzer
Die APOTHEKE	90.000	monatlich	www.apoverlag.at
Die Aula - Das freiheitliche Magazin	11.000	11 x jährlich	www.dieaula.at
Die Briefmarke	78.000	monatlich	www.voeph.at
Die Gemeinde - Offizielles Organ der Israelitischen Kultusgemeinde Wien	5.500	monatlich	www.ikg-wien.at
Die Handelszeitung	15.890	14-täglich	www.handelszeitung.at
Die Landwirtschaft	70.000	11 x jährlich	www.agrarverlag.at
Die österreichische Feuerwehr	5.000	monatlich	www.bohmann-verlag.at
die palette	27.000	monatlich	www.agrarverlag.at
Die Partner	90.000	4 x jährlich	
die wirtschaft	102.000	monatlich	www.die-wirtschaft.at
Dispo	9.500	10 x jährlich	www.dispo.co.at
DIVA	40.000	11 x jährlich	www.diva-online.at
doktor in wien	15.500	monatlich	www.aekwien.at/index.php/aerztekammer/oeffentlichkeitsarbeit/doktorinwien
DOTZ MAG	120.000	1 x jährlich	www.dotzmag.com
e & i - Elektrotechnik und Informationstechnik	6.000	monatlich	www.springer.at
E & W	12.854	11 x jährlich	www.elektro.at
eastlex Fachzeitschrift für Wirtschafts- und Steuerrecht in Mittel- und Osteuropa	600	6 x jährlich	www.manz.at
ecolex Fachzeitschrift für Wirtschaftsrecht	3.100	monatlich	www.ecolex.at
EF-Z Zeitschrift für Ehe- und Familienrecht	850	6 x jährlich	www.ef-z.at
Ehe + Familien	40.000	6 x jährlich	www.familie.at
Elektrojournal	11.600	monatlich	www.elektrojournal.at
elektronik report	10.100	8 x jährlich	www.elektronikreport.at
Enjoy Vienna - Willkommen in Wien	115.000	monatlich	www.enjoyvienna.at
Ernährung - Nutrition	2.000	11 x jährlich	www.weka.at
ernährung aktuell	1.800	4 x jährlich	www.oege.at

Zeitschriftentitel	Auflage	Erscheinung	Homepage
Erziehung & Unterricht	3.400	5 x jährlich	www.oebvhpt.at
eSignatur - Umweltzeicheninfoblatt	2.500	6 x jährlich	www.gul.at
EuroKommunal	8.800	11 x jährlich	www.eurokommunal.com
european surgery	1.500	6 x jährlich	www.springer.at
Extra Golf	40.000	4 x jährlich	www.extragolf.at
f8 Digital Fotonews	3.000	3 x jährlich	www.vis-com.at
Facility Management	6.200	2 x jährlich	www.hlk.co.at
Falstaff-Magazin	17.500	6 x jährlich	www.falstaff.at
Festspiele Magazin	80.000	1 x jährlich	
FILM + VIDEO Report	12.000	4 x jährlich	www.filmservice.at
Finanz Journal	1.000	11 x jährlich	www.finanzjournal.at
firmenwagen	30.100	6 x jährlich	www.firmenwagen.co.at
Fleckvieh Austria	22.000	6 x jährlich	
Forstzeitung	3.500	monatlich	www.agrarverlag.at
FOTO objektiv	8.600	6 x jährlich	www.fotoobjektiv.at
Freie Fahrt	400.000	9 x jährlich	www.arboe.at
Freizeit-Journal	18.500	4 x jährlich	www.mildeverlag.at
G`sund	23.000	4 x jährlich	www.gsund.net
GARTEN + HAUS	50.000	8 x jährlich	www.garten-haus.at
Gärtner + Florist	4.500 - 6.000	22 x jährlich	www.agrarverlag.at/ gaertner-und-florist
GBU GmbH-Bulletin	250	monatlich	www.manz.at
gebäude installation	11.722	monatlich	www.wirtschaftsverlag.at
GENUSS bier.pur	30.000	3 x jährlich	www.bierpur.at
GENUSS fleisch.pur	30.000	4 x jährlich	www.fleischpur.at
GENUSS MAGAZIN	30.000	6 x jährlich	www.agrarverlag.at
GENUSS wein.pur	40.000	6 x jährlich	www.agrarverlag.at
GESÜNDER LEBEN	65.000	10 x jährlich	www.gesuender-leben.com
Gesundes Tirol	30.000	4 x jährlich	www.ablinger-garber.at
GESUNDHEIT - Das Magazin für Ihre Gesundheit und Lebensqualität	68.000	11 x jährlich	www.gesundheit.co.at
getränke	1.200	4 x jährlich	
GEWINN	95.000	11 x jährlich	www.gewinn.com
Glas	1.200	6 x jährlich	www.glasforum.at
Golfrevue - Österreichs Magazin f. d. Golfsport	34.000	7 x jährlich	www.golfrevue.at
GralsWelt	8.000	6 x jährlich	www.gralswelt.at

Zeitschriftentitel	Auflage	Erscheinung	Homepage
GRAZETTA	30.000	monatlich	www.grazetta.at
GUSTO - Das österreichische Kochjournal	www.newsmedia.at	monatlich	www.gusto.at
Haus & Eigentum	20.154	monatlich	www.agrarverlag.at
HAUSTEC	5.800	6 bzw. 8 x jährlich	www.haustec.cc
hautnah	7.100	4 x jährlich	www.aerztewoche.at
Helfende Hände	5.000	6 x jährlich	
HGV-PRAXIS	18.608	monatlich	www.hotel-gv-praxis.at
HI SCOOL		alle 2 - 3 Monate	www.ooe-mkv.at
hi!tech	25.000	4 x jährlich	www.hitech.at
HLK Heizung, Lüftung, Klimatechnik	12.500	9 x jährlich	www.hlk.co.at
HolzDesign	7.400	10 x jährlich	www.agrarverlag.at
Holzkurier	4.250	wöchentlich	www.holzkurier.at
HORIZONT	14.400	wöchentlich	www.horizont.at
hotel & TOURISTIK	19.865	10 x jährlich	www.hotelundtouristik.at
immolex Zeitschrift f. neues Miet- u. Wohnrecht	1.500	monatlich	www.immolex.at
Industrie, Technik + Wirtschaft	13.000	10 x jährlich	www.specialmedia.com
INSight	12.000	5 x jährlich	www.technokontakte.at
international journal of stomatology & occlusion medicine	3.000	4 x jährlich	www.springer.at/ijsom
invent - Das Magazin für geistiges Eigentum	20.000	4 x jährlich	www.bohmann-verlag.at
ISR - Internationale Seilbahn-Rundschau	7.350	9 x jährlich	www.bohmann-verlag.at
ITR - TRAKTUELL	15.000	10 x jährlich	www.itraktuell.at
Jagen heute	15.000	6 x jährlich	www.jagen-heute.at
JAP Juristische Ausbildung und Praxis	2.700	4 x jährlich	www.manz.at
JAZZLAND-POST	8.000	10 x jährlich	
JÖ - Das Jugendmagazin des Österreichischen Jugendrotkreuzes	147.000	11 x im Schuljahr	www.myjoe.at
Journal für Ernährungsmedizin	10.500	4 x jährlich	www.aerzteverlagshaus.at
Journal Graz	150.000	11 x jährlich	www.journal-graz.at
Keramische Rundschau	2.400	monatlich	www.impactmedia.at
Key Account	3.000	14-täglich	www.key-account.at
KFZ Wirtschaft	10.450	monatlich	www.kfz-online.at
Kleines Volk	174.000	11 x im Schuljahr	www.jungoesterreich.at
Koch & Back Journal	65.000	10 x jährlich	www.kochundback.at
Kompetenz	281.000	11 x jährlich	www.oegbverlag.at
krebs:hilfe!	14.500	6 x jährlich	www.clinicum.at
Kulturní Klub	1.000	monatlich	www.kulturklub.at

Zeitschriftentitel	Auflage	Erscheinung	Homepage
kunst und kirche	1.200	4 x jährlich	www.architekur-aktuell.at
LAND DER BERGE - Österreichs führendes Outdoor-Magazin	25.000	8 x jährlich	www.landderberge.at
LAUFSPORT Marathon - Das Magazin rund ums Laufen	15.000	8 x jährlich	www.laufsport-marathon.at
Leas mich		3 x jährlich	
Logistik Express	1.000	4 x jährlich	www.logistik-express.at
MAS - Mensch. Arbeit. Sicherheit.	7.000	4 x jährlich	
Maske und Kothurn	800	4 x jährlich	www.boehlau.at
Medical Tribune	16.000	wöchentlich	www.medical-tribune.at
Medien und Recht	800	8 x jährlich	www.medien-recht.com
Medienimpulse	Internet-Magazin	Internet	www.bmukk.gv.at
Medizin populär	106.545	11 x jährlich	www.medizinpopulaer.at
memo - magazine of european medical oncology	3.000	4 x jährlich	www.springer.at/memo
Metall	8.400	monatlich	www.metallzeitung.at
Mini-Spatzenpost	62.000	11 x im Schuljahr	
MM MaschinenMarkt	11.000	monatlich	www.maschinenmarkt.at
Money Trend	20.000	11 x jährlich	www.moneytrend.info
monitor - Das Magazin f. Informationstechnologie	14.500	14 x jährlich	www.monitor.at
MOTOR Freizeit & Trends	22.000	6 x jährlich	www.motor-freizeit-trends.at
Neue Bahn	4.900	4 x jährlich	www.verkehr.co.at
neuropsychiatrie	1.500	4 x jährlich	www.springer.at
NEWS Leben	71.700	10 x jährlich	www.news-leben.at
Oase des Friedens	6.500	monatlich	www.oasedesfriedens.at
ÖAZ - Österreichische Apotheker-Zeitung	6.000	14-täglich	www.apoverlag.at
ÖBl Österreichische Blätter für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht	800	6 x jährlich	www.manz.at/oebl
ÖBZ Österreichische Bürgermeister-Zeitung	8.100	monatlich	www.buergermeister-zeitung.at
oesterreichs energie	5.500	monatlich	www.wirtschaftsverlag.at
ÖGZ - Öster. Gastronomie- & Hotel-Zeitung	21.233	wöchentlich	www.gast.at
ÖGZ Café Journal	6.000	8 x jährlich	www.gast.at
ÖIAZ Öster. Ingenieur- u. Architekten-Zeitschrift	2.000	4 - 6 x jährlich	www.oiav.at
OIZ Österreichische Immobilien Zeitung	10.000	11 x jährlich	www.oiz.at
ÖJZ Österreichische Juristen-Zeitung	2.300	14-täglich	www.oejz.at
ÖMZ - Österreichische Militärische Zeitschrift	4.500	6 x jährlich	www.bundesheer.at/omz
onrail	70.000	6 x jährlich	www.eurocity.at

Zeitschriftentitel	Auflage	Erscheinung	Homepage
ÖNZ Österreichische Notariatszeitung	1.600	monatlich	www.manz.at
OÖ Wirtschaft - Die Zeitung für Oberösterreichs Unternehmen	66.518	wöchentlich	wko.at/ooe/medienservice
Österreichische Ärztezeitung	39.811	14-täglich	www.aerztezeitung.at
österreichische bäckerzeitung	2.800	wöchentlich	www.baeckerzeitung.at
österreichische bau.zeitung	8.480	wöchentlich	www.diebauzeitung.at
Österreichische BauernZeitung	154.000	wöchentlich	www.agrarverlag.at
Österreichische Fleischerzeitung	2.200	14-täglich	www.wirtschaftsverlag.at
ÖSTERREICHISCHE TEXTILZEITUNG	10.000	14-täglich	www.textilzeitung.at
Österreichische Trafikanten-Zeitung	7.400	monatlich	www.trafikantenzeitung.at
Österreichische Wasser- und Abfallwirtschaft	3.500	6 x jährlich	www.springer.at
Österreichische Zeitschrift für Pflegerecht		6 x jährlich	www.manz.at
Österreichische Zoll- und Steuernachrichten	300	monatlich	www.grenzverlag.at
Österreichisches Anwaltsblatt	8.600	monatlich	www.manz.at
ÖTZ Österreichische Taxizeitung	5.000	mind. 6 x jährlich	www.taxiverband.at
overhead - Magazin für die öster. Friseure	5.600	10 x jährlich	www.overhead.at
Packaging Austria	5.000	6 x jährlich	www.packaging-austria.at
pädiatrie und pädologie	7.500	6 x jährlich	www.springer.at
PAPIER & DRUCK	3.900	8 x jährlich	www.papierunddruck.eu
pbs-Magazin / Spiel & Creativ	3.900	12 x jährlich	
Pferderevue	54.000	monatlich	www.pferderevue.at
Pharma Time - Magazin für Gesundheitspolitik, Wirtschaft und Wissenschaft	8.000	10 x jährlich	www.pharmatime.at
Pharmaceutical Tribune		14-täglich	
PKA-Journal - Zeitschrift für Pharmazeutisch Kaufmännische AssistentInnen	2.500	6 x jährlich	www.pharmatime.at
ProCare - Aktuelle Information, Fort- und Weiterbildung für die Mitarbeiter der Gesundheits- und Krankenpflege	8.000	monatlich	www.springer.at
PSR Die Privatstiftung	600	4 x jährlich	www.manz.at/psr
Psychopraxis, Zeitschrift für praktische Psychiatrie und Grenzgebiete	8.000	6 x jährlich	www.springer.at
punktUM	9.650	10 x jährlich	www.punktum.co.at
Raiffeisenblatt	3.800	monatlich	www.raiffeisenblatt.at
Raiffeisenzeitung	44.320	wöchentlich	www.raiffeisenzeitung.at
RdM Recht der Medizin	1.100	6 x jährlich	www.manz.at
RdU Recht der Umwelt	750	4 x jährlich	www.manz.at

Zeitschriftentitel	Auflage	Erscheinung	Homepage
Reader`s Digest Österreich	50.000	monatlich	www.dasbeste.de
REGAL	27.000	11 x jährlich	www.regal.at
REISE aktuell	50.000	3 x jährlich	www.reiseaktuell.at
Reisetipps	60.000	2 x jährlich	www.profireisen.co.at
Report (+) PLUS	50.000	monatlich	www.report.at
republik	10.000	4 x jährlich	www.republik-online.at
RFG Recht und Finanzen für Gemeinden	1.000	4 x jährlich	www.manz.at/rfg
RfR Rundfunkrecht	800	2 x jährlich Doppelheft	www.manz.at
rheumaplus	12.000	4 x jährlich	www.aerztewoche.at
S & BT Seilbahn & Business Tourismus	8.000	6 x jährlich	www.sbt-magazin.com
SAAT	6.000	20 x jährliich	
SBS-Journal	40.000	4 x jährlich	www.sbsshopping.at
Schafe und Ziegen aktuell	5.000	4 x jährlich	
Schuh & Lederwaren Revue	4.800	monatlich	www.schuhrevue.at
Schweiss- & Prüftechnik	1.100	6 x jährlich	www.oegs.org
Schwimmbad + Therme	7.380	6 x jährlich	www.bauforum.at
Scientia Pharmaceutica	300	4 x jährlich	www.apoverlag.at
seed	4.000	6 x jährlich	www.agrarverlag.at
SHOPPING intern	120.000	7 x jährlich	www.shoppingintern.at
Si - Seilbahnen International	3.600	10 x jährlich	www.simagazin.at
Sichere Arbeit - Internationales Fachmagazin für Prävention in der Arbeitswelt	13.000	6 x jährlich	www.oegbverlag.at
Sortimenter-Brief	1.680	monatlich	www.schwarzer.at
Spatzenpost	97.000	11 x im Schuljahr	
Spektrum der Augenheilkunde	1.000	6 x jährlich	www.springer.at
SPORTaktiv - gesund & fit im Burgenland	5.500	4 x jährlich	www.asvoe-burgenland.at
springerin - Hefte für Gegenwartskunst	5.000	4 x jährlich	www.springerin.at
St. Hubertus	15.000	monatlich	www.agrarverlag.at/hubertus
Stadt Gottes	100.000	11 x jährlich	www.steyler.at
Stomatologie	4.000	8 x jährlich	www.springer.at
Straßengüterverkehr & Österreichischer Personenverkehr	13.120	monatlich	www.wirtschaftsverlag.at
taxlex Zeitschrift für Steuer und Beratung	1.400	16 x jährlich	www.taxlex.at
technik report	10.100	monatlich	www.technikreport.at
TGA - Technische Gebäudeausrüstung	10.100	10 x jährlich	www.tga.at
The Black Journal	40.000	4 x jährlich	www.moderntimesmedia.at

Zeitschriftentitel	Auflage	Erscheinung	Homepage
Tier und Natur	100.000	11x jährlich	
tip - travel industry professional	10.800	wöchentlich	www.tip-online.at
Tischler Journal	7.156	monatlich	www.wirtschaftsverlag.at
tma - travel management austria	5.700	6 x jährlich	www.tma-online.at
Top Hair Austria	5.000	monatlich	
TOP-GEWINN	48.000 bzw. 100.000	8 x jährlich	www.gewinn.com
traveller	8.500	wöchentlich	www.manstein.at
trend. Das österreichische Wirtschaftsmagazin	www.newsmedia.at	monatlich	www.trend.at
trends in automation	9.000	4 - 6 x jährlich	www.festo.at
Trucker Express	21.500	4 x jährlich	www.wirtschaftsverlag.at
Truppendienst	14.000	6 x jährlich	www.bmlv.gv.at/ truppendienst/index.html
Uhren & Juwelen	3.741	monatlich	www.manstein.at
Umweltschutz	14.000	6 x jährlich	www.bohmann-verlag.at
UNIVERSUM - Das schönste Magazin Österreichs	42.000	10 x jährlich	www.universum.co.at
Unterkärntner Nachrichten	12.000	wöchentlich	www.unterkaerntner.at
VbR Zeitschrift für Verbraucherrecht		6 x jährlich	vbr.manz.at
Velosophie - Magazin für Fahrradkultur	100.000	3 x jährlich	www.velosophie.eu
Verführerisches Wien	30.000	1 x jährlich	www.verfuehrerisches-wien.at
VERKEHR - Internationale Fachzeitung f. Logistik	4.900	wöchentlich	www.verkehr.co.at
vernissage	6.000	6 x jährlich	www.vernissage.brod.at
Verordnungsblatt des BMBWK	7.500	monatlich	
vida	110.000	11 x jährlich	www.oegbverlag.at
VINARIA - Österreichs Zeitschrift für Weinkultur	20.000	7 x jährlich	www.vinaria.at
VM - Der Versicherungsmakler	8.000	6 x jährlich	www.manstein.at
Wein4tlerin	15.000	4 x jährlich	www.weinviertlerin.at
Wellcome	Internet-Magazin	Internet	www.wellcome-online.at
WELLNESS WORLD Business	15.000	6 x jährlich	www.wellness-world.com
Werbeplanung.at update	15.000	4 x jährlich	www.medienwirtschaft.at
Wien Magazin	46.000	monatlich	www.wienmagazin.at
Wiener Bezirksblatt	960.000	monatlich	www.wienerbezirksblatt.at
wiener klinische wochenschrift	13.000	14-täglich	www.springer.at
Wiener klinisches Magazin	10.500	6 x jährlich	www.springer.at
Wiener Medizinische Wochenschrift - Skriptum	2.000 - 12.000	10 x jährlich	www.springer.at
Wiener Wirtschaft	86.272	wöchentlich	www.wirtschaftsverlag.at

Zeitschriftentitel	Auflage	Erscheinung	Homepage
WIR - Die Kinderfreunde	25.000	4 x jährlich	www.kinderfreunde.at
Wirtschaft aktiv	25.000	4 x jährlich	www.fachliste.at
Wirtschaftsnachrichten	52.000	10 x jährlich	www.wn-online.at
Wirtschaftspolitische Blätter	1.000	4 x jährlich	www.manz.at
wmw - Wiener Medizinische Wochenschrift	4.150	monatlich	www.springer.at
Wohnwelt - Magazin für Raiffeisen Wohnbausparer	910.000	3 x jährlich	
WUFF - Das Hundemagazin	27.000	10 x jährlich	www.wuff.at
Yachtrevue - Österreichisches Magazin für Wassersport	30.000	monatlich	www.yachtrevue.at
Zahn.Medizin.Technik	5.500	13 x jährlich	www.der-verlag.at
ZahnArzt	5.500	monatlich	www.aerztewoche.at
ZAS Zeitschrift für Arbeits- und Sozialrecht	1.700	6 x jährlich	www.manz.at
zek - Int. Fachmagazin für erneuerbare Energie	12.000	6 x jährlich	www.zekonline.com
ZfRV Zeitschrift für Europarecht, Internationales Privatrecht und Rechtsvergleichung	700	6 x jährlich	www.manz.at
Zivilschutz aktuell	41.000	4 x jährlich	www.bohmann-verlag.at
ZLB Österreichische Zeitschrift für Liegenschaftsbewertung	1.500	6 x jährlich	www.manz.at
ZNR Zeitschrift für Neuere Rechtsgeschichte	550	2 x jährlich Doppelheft	www.manz.at
ZVB Zeitschrift für Vergaberecht und Bauvertragsrecht	750	11 x jährlich	www.manz.at/zvb
ZVR Zeitschrift für Verkehrsrecht	2.000	monatlich	www.manz.at

Impressum
Medieninhaber, Herausgeber und Verleger: Österreichische Zeitschriften- und Fachmedienverband ÖZV
Wipplingerstraße 15 • 1013 Wien • Tel. +43 (1) 319 70 01
E-mail: office@oezv.or.at • Homepage: www.oezv.or.at
Gestaltung und Produktion: edition werbach og | Agentur für Marketing, Kommunikation und Werbung
Druck: Donau Forum Druck Ges.m.b.H.