

Geschäftsbericht

Highlights **2019**

„Dies ist eine historische Chance,
mit vereinten Kräften die Position
des Pressegroßhandels im Wandel
zu untermauern.“

Frank Nolte,

1. Vorsitzender Bundesverband Presse-Grosso e.V. und
Präsident Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.

Bundesverband Presse-Grosso | Geschäftsbericht 2019



Editorial

Liebe Leserin und lieber Leser,

Print bleibt relevant für Leser und Werbekunden, steht aber im intensiven Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Menschen. Gerade in politischen Zeiten wie diesen sollten Printmedien ihre Stärken bei der differenzierten Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Zusammenhängen stärker ausspielen können und nicht der Versuchung nach der schnellen Nachricht unterliegen. Im Geschäftsjahr 2019 steht der Absatz von Zeitungen und Zeitschriften allerdings spürbar unter Druck. Die Gradwanderung zwischen Gewährleistung eines breiten Presseangebotes für die Bürgerinnen und Bürger und der betrieblichen Wirtschaftlichkeit ist seit Jahren beständiges Thema unserer Branche.

Die Vereinigung aller deutschen Pressegroßhändler im Jahr 2019 gilt als historisches Zeichen für den Wandel. Eine Leistung, die weit in die Zukunft wirken wird. Der Zusammenschluss stiftet für die Mitglieder und Partner konkreten Nutzen. Das gemeinsame Dach verbreitert die Basis unserer Arbeit für eine kompetente und effiziente Interessenvertretung mit einer Stimme, die für die Werte Presse- und Meinungsfreiheit sowie Netzneutralität einsteht. Zugleich haben die Mitglieder dem Gesamtverband die Aufgabe zugeschrieben, die Grosso-Unternehmen im Wandel zu stärken sowie Moderator und fallweise auch Motor für die Entwicklung neuer Geschäftsideen zu sein. Die feierliche Gründung des Gesamtverbandes Pressegroßhandel e.V. im Mai und der gelungene operative Start im Herbst gehören zu den Highlights des Geschäftsjahres 2019.

Von einer „doppelten Premiere“ sprach Präsident Frank Nolte zum Auftakt der Grosso-Jahrestagung: Der neue Gesamtverband war erstmals Gastgeber der

traditionsreichen Veranstaltung, und neuer Veranstaltungsort war am 17. und 18. September die hessische Landeshauptstadt Wiesbaden.

Berichte über die Fachressorts, über das vielfältige Engagement des Pressegroßhandels, Dokumentationen über Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit sowie ein „Who's who“ der Ansprechpartner im Gesamtverband Pressegroßhandel runden den Inhalt des Geschäftsberichtes 2019 ab.

Der vorliegende Bericht zeigt die Highlights der Arbeit des Bundesverbandes Presse-Grosso und des Gesamtverbandes Pressegroßhandel im Dialog zwischen Politik, Gesellschaft und Markt. Ich danke allen Autoren für die Unterstützung und wünsche eine anregende Lektüre.

Kai-Christian Albrecht,
Hauptgeschäftsführer Bundesverband Presse-Grosso
und Gesamtverband Pressegroßhandel

Inhalt

INTERVIEW

- 6** „Wir bleiben auf dem Gaspedal“
Kai-Christian Albrecht
-

MEDIEN-STRUKTURPOLITIK-RECHT

- 9** Elektronische Verlagserzeugnisse erhalten Umsatzsteuerprivileg
Kai-Christian Albrecht
- 10** 30 Jahre Presse- und Vertriebsfreiheit in ganz Deutschland
Kai-Christian Albrecht
- 11** Nachunternehmerhaftung in der KEP-Logistik
-

MARKETING

- 12** Vertriebsmarketing im Pressegroßhandel
Elmar Mathews

MARKTANALYSE

- 17** Einzelhandelsstrukturanalyse 2019
Sebastian Metzmacher
- 21** Praxistest zur Reduktion von Frühremission
Vincent Nolte
- 23** Neue Objektgruppenstruktur
Sebastian Metzmacher
-

ENGAGEMENT

- 24** Zeitschriften in die Schulen
- 26** 25 Jahre Arbeitsgemeinschaft Graphische Papiere
- 28** Azubis von QTRADO zu Gast in der Verbandsgeschäftsstelle
- 29** Deutschlands bestes Presseregal
- 30** Futurum Vertriebspreis 2019: Grosso-Präsident Frank Nolte ausgezeichnet
- 31** Verdienste der Regionalvorstände gewürdigt
- 32** Medientage München 2019
- 33** Stratege, Diplomat und Mahner: Nachruf Gerd Kapp

VERANSTALTUNGEN

- 34 Ordentliche Hauptversammlung
Bundesverband Presse-Grosso
 - 36 Presse-Grossisten gründen
Gesamtverband
 - 38 Grosso-Jahrestagung 2019 in
Wiesbaden
 - 41 „Die Lügenpresse-Hybris ebbt ab“
 - 44 „Machen wir weiter mit dem Wandel“
Frank Nolte
 - 48 Grosso-Vertriebsforum 2019
 - 50 Fachausstellung, Business Lunch
und Weinprobe
 - 52 Bildstrecke Grosso-Jahrestagung 2019 –
Grosso-Treff in der „Villa im Tal“
-

DOKUMENTATION

- 57 Verbandsgeschäftsstelle
- 58 Vertriebsräume/Fusionen
- 59 Grosso-Gebietskarte
- 60 Medienarbeit und Publikationen

ANHANG

- 61 Grosso in Zahlen
- 62 Wirtschaftliche Entwicklung
- 64 Chronik 2019
- 68 Who's who – Ansprechpartner im
Bundesverband Presse-Grosso und
im Gesamtverband Pressegroßhandel
- 69 Autoren
- 70 Impressum

INTERVIEW

„Wir bleiben auf dem Gaspedal“



Kai-Christian Albrecht,
Hauptgeschäftsführer
Gesamtverband
Pressegroßhandel

Welches waren die wichtigsten Ereignisse im Presse-Grosso 2019?

Das wichtigste Ereignis des Geschäftsjahres 2019 ist für mich die angemessen feierliche Gründung des Gesamtverbandes Pressegroßhandel e.V. im Mai und der gelungene operative Start im Herbst. Die Vereinigung aller deutschen Pressegroßhändler unter einem Dach ist eine historische Leistung, die weit in die Zukunft wirken wird. Der Zusammenschluss stiftet für die Mitglieder und Partner konkreten Nutzen. Das gemeinsame Dach verbreitert die Basis unserer Arbeit für eine kompetente und effiziente Interessenvertretung mit einer Stimme, die für die Werte Presse- und Meinungsfreiheit sowie Netzneutralität einsteht. Zugleich haben die Mitglieder dem Gesamtverband die Aufgabe zugeschrieben, die Grosso-Unternehmen im Wandel zu stärken sowie Moderator und fallweise auch Motor für die Entwicklung neuer Geschäftsideen zu sein.

Wir wollen den Erfahrungsaustausch zwischen und mit den Mitgliedern fördern. In diesem Jahr haben bereits drei Zusammenkünfte zu strategischen und operativen Themen stattgefunden. Der gemeinsame Rahmen, das Miteinander ist fast schon Normalität. Es wird offen und konstruktiv diskutiert. In unseren Gremien sind Grosso-Mitstreiter aus allen Regionen und mit unterschiedlichem Background vertreten. Ab 2020 planen wir in jedem Quartal eine Arbeitstagung mit unterschiedlichen Schwerpunkten. Wir bleiben auf dem Gaspedal.

Ein weiterer Meilenstein in 2019 ist die gelungene Premiere der Grosso-Jahrestagung am Standort Wiesbaden. Wir danken unseren Gästen und Partnern. Über die durchgängig positiven Rückmeldungen freuen wir uns. Die gute Lage, die hellen, funktionalen Räumlichkeiten sowie die Inhalte und Formate kamen gut an. Der neue Gesamtverband habe sich im neuen Look frisch und modern präsentiert und eine positive Aufbruchstimmung erzeugt. So der Tenor. Nach Auswertung aller Eindrücke und Daten haben wir mit dem RMCC vereinbart, die Grosso-Jahrestagung

in den nächsten Jahren in Wiesbaden durchzuführen. In 2020 findet die Veranstaltung am 17./18. September statt. Bitte vormerken.

Im Zuge der Verbandsreform haben wir in 2019 unternehmerische Entscheidungen über die Organisation der Verbandsgeschäftsstelle umgesetzt, um uns frühzeitig auf zukünftige Anforderungen einzustellen. Damit gingen einerseits betriebsbedingte Einschnitte einher und andererseits Investitionen im Fachbereich Marketing. Als Arbeitgeber stehen wir im Wettbewerb um kompetente Mitarbeiter.

Für die Grosso-Unternehmen und den Gesamtverband ist es notwendig und motivierend, dass der Berufsstand daran arbeitet, neue Geschäftsfelder gemeinsam aufzubauen, wie aktuell im Bereich der Logistik. Die Mitglieder haben sich unlängst auf Empfehlung einer Gruppe von Experten aus dem Presse-Grosso dafür ausgesprochen, im Bereich der Mikrologistik durch einzelne Pilotprojekte gemeinschaftlich weitere Erfahrungen zu sammeln. Eine Arbeitsgruppe erarbeitet dazu eine Art Pflichtenheft in Bezug auf Anforderungen für eine Netzstruktur, Prozesse und IT. Diese Markt-Themen werden uns auch in 2020 weiter intensiv beschäftigen. Natürlich bleibt die Stärkung des Kerngeschäfts mit Presse ganz oben auf der Agenda der Firmen und des Verbandes.

Wie bewerten Sie die Entwicklung des Pressemarktes im Allgemeinen und Ihrer Branche im Besonderen im Jahr 2019?

Print bleibt relevant für Leser und Werbekunden, steht aber spürbar unter Druck. Die Menschen greifen leider weniger häufig zur gedruckten Zeitung oder Zeitschrift. Das ist gesamtgesellschaftlich betrachtet schade und verwunderlich, weil wir in sehr politischen Zeiten leben. Gerade Printmedien sollten hier ihre Stärken bei der differenzierten Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Zusammenhängen

Kai-Christian Albrecht

Albrecht ist seit 1998 in verschiedenen Funktionen für die Interessenvertretung des Pressegroßhandels tätig. Der Verlagskaufmann und Dipl. Sozialwirt war von 2002 bis 2007 Geschäftsführer der Presse-Grosso Marketing GmbH. 2007 wurde Albrecht zum Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Presse-Grosso berufen. Er führt mit seinem Kollegen Michael Hoffmann das Team der Kölner Verbandsgeschäftsstelle.

2019 setzte Albrecht mit seinem Team eine Reorganisation der Geschäftsstelle um. Mit Wirkung zum 31. Dezember 2019 übernahm der neue Gesamtverband Pressegroßhandel die Geschäfte des Bundesverbandes. Die bestehenden Arbeitsverhältnisse gingen auf den Gesamtverband über.

Albrecht hält Gastvorträge zum Thema Pressewirtschaft an Hochschulen und engagiert sich für Jugendmedienschutz sowie Leseförderung.

stärker ausspielen können und nicht der Versuchung nach der schnellen Nachricht unterliegen. Auch wenn sich der Rückgang des Presse-Absatzes im dritten Quartal leicht abzuschwächen scheint, wird der Pressegroßhandel das Geschäftsjahr 2019 erneut mit einem dicken Umsatzminus abschließen. Das tut richtig weh, da zusätzlich der Druck auf die Margen hoch bleibt. Des Weiteren fehlen uns 2019 Zusatzerlöse aus Produkten im Kontext sportlicher Großereignisse. Für 2020 setzen wir auf attraktive Neuerscheinungen, selbstbewusste Preisstrategien der Verlage und Impulse durch die Fußball EM. Das Presse-Grosso wird mit einer intensiven Betreuung seiner Einzelhandelspartner und speziell seiner Schlüsselkunden durch die Großkundenbetreuung weiter aktive Marktbearbeitung betreiben und die Händler dabei bestmöglich unterstützen, das Pressesortiment mit seinen vielen Leuchttürmen verkaufsfördernd in Szene zu setzen. Der Pressegroßhandel treibt die Transformation mit teils atemberaubender Dynamik voran. Anfang 2020 steht die operative Umsetzung weiterer Grosso-Zusammenschlüsse an. Auch auf der Verlagsseite und bei den Nationalvertrieben erwarten Branchenkenner weitere Veränderungen. Diese Prozesse operativ zu managen ist eine anspruchsvolle Aufgabe für Verlage, Grossisten und unseren Verband.

Welche(n) Pressetitel haben Sie im vergangenen Jahr als Leser (neu) für sich entdeckt? Und wie kam es dazu?

Mein Magazin des Jahres ist das Grundgesetz. Die Macher Oliver Wurm und Andreas Volleritsch haben mit hohem persönlichem Engagement und Unterstützung des Presse- und Buchhandels aus einem juristischen Text einen Kiosk-Bestseller entwickelt. Der Funke ist vollends durch den mitreißenden Vortrag von Oliver Wurm auf unserer Jahrestagung in Wiesbaden übergelungen. Der Pressegroßhandel hat das Projekt gerne und kraftvoll unterstützt. Wir freuen uns über das große Interesse. Das demokratische Grundverständnis im Land zu stärken ist eine Aufgabe, die uns alle beschäftigen muss. Aus beruflicher Perspektive hat mich in den letzten Monaten besonders die differenzierte Berichterstattung der SZ über Medien und Medienpolitik im Wandel angesprochen.

Elektronische Verlagserzeugnisse erhalten Umsatzsteuerprivileg

Text | Kai-C. Albrecht

Der Deutsche Bundestag hat am 7. November 2019 das Jahressteuergesetz 2019 verabschiedet. Das Gesetzespaket beinhaltet u.a. eine Neuregelung der Umsatzsteuer für elektronische Verlagserzeugnisse, die zukünftig dem ermäßigten Umsatzsteuersatz von 7 Prozent unterworfen werden. Die von den Verlegerverbänden geforderte steuerrechtliche Gleichstellung von gedruckten und digitalen Verlagserzeugnissen war erst in Folge der Änderung der Mehrwertsteuer-Systemrichtlinie durch die Europäische Union im Jahr 2018 möglich. Der Grosso-Verband hat das Gesetzgebungsverfahren aufmerksam verfolgt. Welche Folgen die Umsatzsteuerprivilegierung für elektronische Verlagsprodukte auf die Attraktivität gedruckter Verlagserzeugnisse und das Angebot über den stationären Pressehandel zukünftig hat, bleibt abzuwarten.

Durch das Jahressteuergesetz 2019 wird § 12 Absatz 2 Nummer 14 UstG wie folgt neu gefasst:

Die Steuer ermäßigt sich auf 7 Prozent für „die Überlassung der in Nummer 49 Buchstabe a bis e und Nummer 50 der Anlage 2 bezeichneten Erzeugnisse in elektronischer Form, unabhängig davon, ob das Erzeugnis auch auf einem physischen Träger angeboten wird [...]“. Zu diesen gehören „Bücher, Broschüren und ähnliche Drucke, auch in Teilheften, losen Bogen oder Blättern, zum Broschieren, Kartonieren oder Binden bestimmt, sowie Zeitungen und andere periodische Druckschriften, kartoniert, gebunden oder in Sammlungen mit mehr als einer Nummer in gemeinsamem Umschlag (ausgenommen solche, die überwiegend Werbung enthalten [...]“.

Der Bundesgesetzgeber begründet die Neuregelung damit, dass die steuerliche Begünstigung der Förderung des Lesens von (elektronischen) Verlagserzeugnissen aller Art einschließlich

von in Datenbanken enthaltenen Werken diene. Dies gelte unabhängig von Art und Funktionalität der Bereitstellung. Auch komme es nicht darauf an, ob es zu einem elektronischen Verlagsangebot überhaupt noch ein analoges Angebot gibt oder der Verlag alleine elektronisch publiziere.

30 Jahre Mauerfall – 30 Jahre Presse- und Vertriebsfreiheit in ganz Deutschland

Text | Kai-C.Albrecht

Willkommenskultur 1989: Mitarbeiter des damaligen Emil Dittmann Presse-Grosso begrüßen die Landsleute aus dem Osten mit West-Presse

Aus Anlass des Jubiläums „30 Jahre Mauerfall“ am 9. November erinnerte der Gesamtverband Pressegroßhandel e.V. an den Aufbau einer freien Presse und eines höchst effizienten Vertriebswesens für Presseprodukte auch auf dem Gebiet der ehemaligen DDR vor drei Jahrzehnten.

„Die friedliche Revolution in der DDR mit der Grenzöffnung am 9. November 1989 sowie die Gestaltung der deutschen Einheit in Freiheit bildeten die Voraussetzungen für den Aufbau einer freien Presse und eines neutralen Pressevertriebs in den neuen Bundesländern“, erklärt Grosso-Präsident Frank Nolte zum Jahrestag der Maueröffnung in Berlin. Bürgerinnen und Bürger aus der ehemaligen DDR bauten mit hohem unternehmerischem Mut, Einsatz und Kreativität sowie mit Unterstützung von Pressegroßhändlern und Verlagen aus dem Westen ab 1990 in Ostdeutschland erfolgreiche Pressevertriebsunternehmen auf. Diese historische Pionierleistung gilt es immer wieder lebendig zu halten durch eine die Pressevielfalt sichernde Vertriebsarbeit der Unternehmen vor Ort sowie durch Veranstaltungen und Veröffent-



lichungen wie die Festschrift über „Blattmacher und Handespioniere in den neuen Bundesländern“: Dem Presse-Grosso ist es gelungen, „dieses zuverlässige System im Zuge der deutschen Wiedervereinigung auch auf dem Gebiet der ehemaligen DDR zu etablieren“. Der Pressegroßhandel hat „auf diese Weise dazu beigetragen, dass Presse und Pressevertrieb in Freiheit in ganz Deutschland garantiert sind“, so Kulturstatsministerin Prof. Monika Grütters (MdB) in ihrem Grußwort zur zitierten Festschrift.

Auch 30 Jahre nach der Überwindung des DDR-Regimes mit einer staatlich gelenkten Medienlandschaft sind Meinungs- und Pressefreiheit hierzulande immer wieder Angriffen ausgesetzt. Diese Grundrechte müssen gerade in Zeiten einer wachsenden Polarisierung und Wissenskluff in der Gesellschaft behauptet werden. Die jüngsten Debatten um Fake-News und mögliche Wahlbeeinflussungen durch elektronische Medien verdeutlichen zugleich die hohe Glaubwürdigkeit und verantwortliche Absenderschaft gerade der Printmedien.

Der Pressegroßhandel sorgt mit einem lesernahen Vertriebsnetz von rund 100.000 Partnern im presseführenden Einzelhandel dafür, dass Bürgerinnen und Bürger überall in Deutschland sich aus einem breiten Angebot an Zeitungs- und Zeitschriften-Sortimenten informieren können.

NACHUNTERNEHMERHAFTUNG IN DER KEP-LOGISTIK

Der Bundestag hat am 24. Oktober 2019 den Gesetzentwurf zur Einführung einer Nachunternehmerhaftung in der Kurier-, Express- und Paketbranche zum Schutz der Beschäftigten (Paketboten-Schutz-Gesetz) verabschiedet. Der Gesetzentwurf soll Paketboten wirksam schützen, die Qualität der Paketzustellung verbessern und die Paketbranche umfassend regulieren.

Nach dem Wortlaut des Gesetzesentwurfs sollen von diesem „Unternehmer im Speditions-, Transport- und damit verbundenen Logistikgewerbe“ erfasst sein, die „im Bereich der Kurier-, Express- und Paketdienste tätig“ sind und „einen anderen Unternehmer mit der Beförderung von Paketen“ beauftragen. Aus der Gesetzesbegründung geht hervor, dass der Gesetzgeber sich vor allem vor dem Hintergrund des wachsenden Onlinehandels und zunehmender Belastung der KEP-Branche zu einer Regulierung veranlasst sieht. Nach den Veröffentlichungen des Branchenverbands BdKEP sowie des Statistischen Bundesamtes ist die KEP-Branche in den letzten Jahren im Verhältnis zum gesamten „Logistikmarkt“ vor allem durch das zunehmende B2C-Segment deutlich stärker gewachsen. Der Gesetzgeber weist in seinen weiteren Ausführungen auf die Bau- und Fleischbranche, in der eine Nachunternehmerhaftung bereits 2002 bzw. 2017 etabliert wurde. In diesem Zusammenhang ist ausdrücklich von den „großen Paketdienstleister[n]“ die Rede, die künftig als „Generalunternehmer“ gesamtschuldnerisch für die von ihren Nachunternehmern abzuführenden Sozialversicherungsbeiträge haften sollen. Von der Regelung sollen somit die ersten beauftragenden Logistikunternehmen erfasst sein, die bei zunehmender Auslastung der Branche und undurchsichtigen Nachunternehmerketten häufig nicht einmal wissen, wer die Lieferung letztendlich zustellt. Auf das Grosso-Geschäft treffen diese Entwicklungen nicht zu. Die Besonderheit der Grosso-Geschäfte liegt vor allem in der verkaufsspezifischen Zusammenstellung des Warensortiments und nicht in der reinen Logistik.

STEUERUNG, KOORDINATION UND AUSWERTUNG

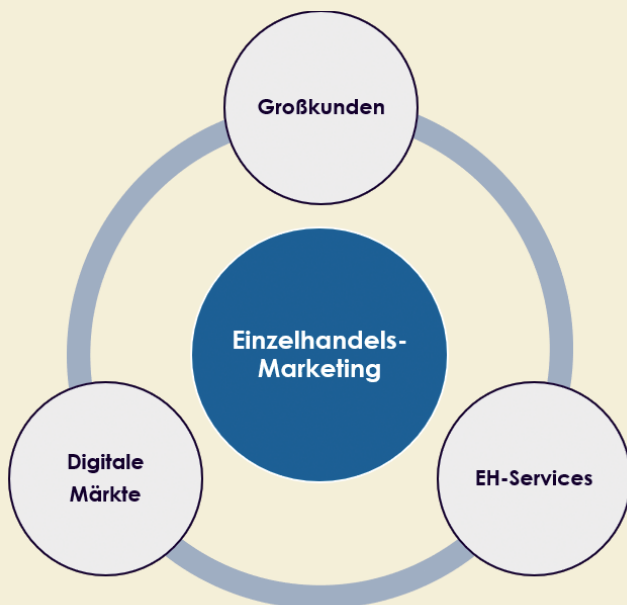
Vertriebsmarketing

IM PRESSEGROSSHANDEL

Text | Elmar Mathews

Das Vertriebsmarketing ist eine wichtige Funktion des Pressegroßhandels. Der Grosso-Verband übernimmt hierbei eine wesentliche operative Rolle. In der Verbandsorganisation ist das vom Vorstand Frank Nolte verantwortete Marketing-Ressort in die Geschäftsbereiche Großkunden, Digitale Märkte und EH-Services untergliedert.

In der Ressort-Arbeit nimmt die Großkundenbetreuung für den filialisierten Einzelhandel aufgrund der hohen Bedeutung für den Presse-Vertriebsmarkt einen zentralen Stellenwert ein. Parallel hierzu werden zahlreiche Services



und Projekte für den klassischen Presse-Fachhandel gebündelt und zum Nutzen des inhabergeführten Presse-Handels umgesetzt. Der Bereich Digitale Märkte ist vor dem Hintergrund der wachsenden Bedeutung digitaler Services im Presse-Vertriebsmarkt gegründet worden und beinhaltet Kooperationen und Leistungen rund um den Such-Find-Service für Zeitungen und Zeitschriften im Handel, MYKIOSK.com.

Alle Leistungen, Aufgaben und Projekte des Ressorts Marketing werden im Interesse der Mitgliedsfirmen erbracht. Die Kernzielgruppen der Tätigkeiten im Ressort sind innerhalb des vertikalen Vertriebssystems der pressebelieferte Einzelhandel und die Partner in den Verlagen und Nationalvertrieben.

Das Leistungsspektrum in den drei Bereichen beinhaltet ein breites Spektrum an Services und Maßnahmen vom Vertriebscontrolling, der zentralen Koordination von Verkaufsförderungsaktionen, Handels-Informationen, PoS-Marketing, Standardisierungsprojekten bis hin zur Klärung von einzelhandelsbezogenen Rechtsfragen.

Wichtigster Arbeitskreis im Ressort ist der AK-Großkundenbetreuung mit Frank Nolte (Süddeutsche Zeitungszentrale), Udo Schlaghecken (Presse-Vertriebs-Gesellschaft), Fred Schumacher (Pressevertrieb Potsdam), Uwe Zeyn (Grossunion Nord). Neu in den Arbeitskreis GKB berufen wurden Marco Burmester (Presseservice

Abb. 1: Die drei Bereiche des Einzelhandelsmarketing für Presse



Abb. 2: Zusammenfassung Leistungsspektrum Marketing im GROSSO-Verband

Nord) und Axel Muß (Frankenthaler Pressevertrieb). Mitarbeiter*innen im Hauptamt sind Michaela Kokus, Elmar Mathews, Norbert Wallrafen und Beate Zachris.

Großkundenbetreuung

Der Geschäftsbereich Großkundenbetreuung (GKB) des GROSSO-Verbandes verantwortet gebietsübergreifende Themen des Presse-Verkaufs im filialisierten Einzelhandel. Er übernimmt mit den Großkundenbetreuerinnen und Großkundenbetreuern aus der Praxis die zentrale Koordination der Zusammenarbeit mit den Partnern im Einzelhandel. Die 27 Großkundenbetreuer stehen im regelmäßigen direkten Kontakt mit insgesamt 70 Einzelhandelszentralen. Diese umfassen die deutschlandweit größten Anbieter von Lebensmittel-Supermarkt-Ketten, Discountern, Verbrauchermärkten, Mineralölgesellschaften und Tabakwarenfachhändlern. Der filialisierte Einzelhandel repräsentiert 45 Prozent aller pressebelieferter Verkaufsstellen mit einem stetig wachsenden Umsatzmarktanteil von 66,5 Prozent.

In den Gesprächen zwischen den Großkundenbetreuern und den Zentralen der Einzelhandelsfilialisten standen im Geschäftsjahr 2019 folgende Top-Themen auf der Agenda:

- Durchführung von Verkaufsförderungsaktionen für Presse
- Optimierung der Warenpräsentation am Point of Sale
- Sortimentsoptimierung und
- die Vermeidung von Früh- und Spätremissionen

Der Pressegroßhandel hat im Berichtszeitraum die aktive Vermarktung von Presse am Point of Sale durch zahlreiche Verkaufsförderungsaktionen erfolgreich ausgebaut. Bundesweite Zweitplatzierungen erfolgten in Kooperation mit starken Marken wie z. B. Lego Ninjago, Disneys Lustiges Taschenbuch, Glamour und Match Attax. Die Koordination, Planung, Begleitung der Aktionen und anschließende Auswertung wurde von der Geschäftsstelle in Abstimmung mit den Großkundenbetreuern, Verlagen und EH-Partnern übernommen.

Insgesamt wurden 13 bundesweite und zentral koordinierte Aktionen umgesetzt. Koordination, Auswertung und Steuerung werden für die Jahresplanung 2020 im Sinne eines standardisierten Prozesses noch stärker zentralisiert.

Darüber hinaus umfasste das Arbeitsspektrum im Hauptamt u.a. folgende Aufgaben:

- Vertriebs-Controlling über BI-Tools und regelmäßige manuelle Erhebungen wie Vertriebs-Reports, Same-Store und Sonder-Analysen
- Vermarktung von Zusatzprodukten (Planung, Koordination, Abstimmung, tägliche Information der Marktpartner)
- Regelmäßige Information von EH-Ansprechpartnern und Grossisten über Markt-Öffnungen, Schließungen, Titelstammdaten-Informationen etc.
- Vorbereitung von EH-Informations- und Schulungsmaterialien (z. B. Markenlehrbrief für Presse)
- Betreuung laufender Projekte wie der Elektronischen Rechnung für den Einzelhandel (siehe Kasten) oder das Gutscheinclearing für Presse
- handelsbezogene Rechtsthemen wie z. B. Verpackungsverordnung, umsatzsteuerrechtliche Fragen, etc
- Prozessoptimierung, Sortimentsoptimierung für den filialisierten Einzelhandel
- Konzepte und Präsentationen z. B. für Neukundenerschließung
- Gremienarbeit, Beratung und Servicefunktionen

Elektronische Rechnung für den Einzelhandel

Auf dem Vertriebsforum im September 2018 in Baden-Baden hatte die Grosso-Gemeinschaft das Mandat für die Erneuerung der Serverlandschaft bei der SEEBURGER AG erteilt, um die IT-Prozesse der Elektronischen Rechnung für den Einzelhandel zukunftsfähig weiterzuentwickeln. Unter Leitung von Frank Mietke (Sprecher EDI-Rechnung) in Zusammenarbeit mit den Projektmanagern von SEEBURGER, wurde das Projekt in einem Zeitraum von zwölf Monaten erfolgreich abgeschlossen. Zusammenfassend wurden folgende Arbeiten vollzogen:

- Änderung des Kommunikationsprotokolls von WS-FTP auf MFT
- Erneuerung der Serverlandschaft und Migration neuer Server
- Überführung in den Standardprozess der Fa. Seeburger
- Einführung eines Web-Portals und Auflösung einer DVD-Archivierung

Sicherheit Effizienz und Usability des Systems haben sich nach Abschluss des Projektes deutlich erhöht und der Service wurde in ein zukunftsfähiges Modell transferiert. Hierdurch ist es weiterhin möglich, die hohen Ansprüche des Einzelhandels und der Grosso-Firmen auf ein leistungsfähiges Abrechnungssystem via EDI auf EANCOM-Basis in einem bundesweit einheitlichen Standard zu gewährleisten.

Gutscheinclearing – Etablierung eines Validierungs-Systems im Einzelhandel

Ein weiteres IT-gestütztes Marketing-Projekt, das in der Projektarbeit Parallelen zur Elektronischen Rechnung aufweist, ist das Gutschein-Clearing für Presse. Das Ziel ist die Validierung physischer Presse-Gutscheine an der Kasse des Einzelhandels über den Aufbau einer zentralen Gutscheinreferenzdatei. Mittels Übermittlung der Presse- und Gutschein-Stammdaten per elektronischem Datenaustausch soll die revisionssichere Einbindung von EH-Filialisten als Akzeptanzstelle für Presse-Gutscheine ermöglicht werden. Mit diesem Prozess sollen bis zu 40.000 Verkaufsstellen des filialisierten Einzelhandels erreicht werden. - Diese haben bislang größtenteils Presse-Gutscheine aufgrund der fehlenden Validierungsmöglichkeit nicht akzeptiert.

Auf Basis der Grundlagenarbeit aus 2017 und 2018, mit dem Ergebnis einer Anwendungsempfehlung der GS-Germany, wurde 2019 der Startschuss für die Einführung des Projektes im Einzelhandel gegeben. Die Verlegerverbände als Herausgeber von Presse-Gutscheinen haben einen Clearing-Dienstleister beauftragt, der den Aufbau einer Gutscheinreferenzdatei und die Etablierung in den Kassensystemen des Einzelhandels betreuen soll. Das Ressort Marketing des Grosso-Verbandes ist als beratender Partner eingebunden. Im nächsten Schritt sollen Einzelhändler für Pilotanwendungen gewonnen werden.

Insbesondere das Vertriebs-Controlling und die Analyse nehmen einen stetig wachsenden Stellenwert ein.

Digitale Märkte

Die Digitale Transformation schreitet ungebremst voran. Ein wichtiger Schritt an der Beteiligung dieser Entwicklung stellt die erfolgreiche Etablierung der Marke MYKIOSK.com als lokalen Such- und Find Service für Zeitungen und Zeitschriften mit monatlich 500.000 Unique Usern dar. Im Geschäftsjahr 2019 erfolgte eine stetige Fortentwicklung der Online-Plattform etwa durch die Kooperation mit dem Bahnhofsbuchhandel, einen neuen Dienst für Internationale Presse sowie exklusive Services für verschiedene Titel durch Widgets. Immer mehr Verlage nutzen zudem MYKIOSK.com für Bannerwerbung. Betreiber des Services ist die Presse-Grosso Marketing GmbH (PGM) im Auftrag der Presse-Grosso Firmen.

EH-Services

Die Förderung des Pressefachhandels ist eine weitere zentrale Leistung des Verbandsmarketings. Die ungebundenen, fragmentierten Händler stellen mit 55 Prozent mehr als die Hälfte der presseführenden Einzelhandelsgeschäfte.

Der Grosso-Verband setzte seine „Qualitätsoffensive“ 2019 zur Förderung einer qualitativ hochwertigen Presse-Präsentation im Einzelhandel fort. Dazu zählt auch die Unterstützung der Einzelhandels-Wettbewerbe „Deutschlands bester Presse-EH“ und „Deutschlands bestes Presse-Regal“.

Darüber hinaus führt der Grosso-Verband den Dialog mit Handelsverbänden – etwa im Arbeitskreis Zeitungs- und Zeitschriftenverkauf. Repräsentanten des Verbandes nahmen an der Jahrestagung des Bundesverbandes der Tabak-Waren-Händler teil (siehe Kasten).

Fachvortrag auf der BTWE-Delegiertenversammlung in Rös Rath

Wieviel Presse-Sortiment braucht der Fachhandel?
Fachvortrag auf der BTWE-Delegiertenversammlung in Rös Rath

Unter dem Motto „Ideen für die Zukunft“ stand das Programm der Delegiertenversammlung des Bundesverbandes des Tabakwaren-Einzelhandels e.V. (BTWE), die vom 26. – 27. Mai 2019 in Rös Rath tagte. Neben den Teilnehmern aus Fachhandel, verschiedenen Einzelhandelsorganisationen und der Tabakindustrie, waren der Presse-Grosso-Verband und Verlage vertreten.

Die BTWE-Tagung bietet eine gute Dialogplattform um langjährige Kontakte zum Tabakwareneinzelhandel und dem BTWE zu pflegen sowie im Dialog mit den BTWE-Delegierten aktuelle Branchenthemen zu diskutieren. Der Handelsverband Tabak (BTWE) ist die berufspolitische und fachliche Interessenvertretung des Einzelhandels der Branche in Deutschland. Der Verband ist dem Handelsverband Deutschland (HDE) angeschlossen.

Auf Einladung des BTWE hielten Elmar Mathews, Presse-Grosso Marketing GmbH, und Tobias Mai, Burda Magazine Holding, einen Vortrag über die Warengruppe Presse mit dem Titel „Wieviel Presse-Sortiment braucht der Fachhandel?“ Der Vortrag konzentrierte sich auf die Wirtschaftlichkeit des Sortimentes, die Sicherung der Presse-Freiheit und Vielfalt, die Vorzüge breiter Presse-Sortimente und Verkaufsförderungsmaßnahmen für Presse.

Zur Beantwortung der Fragestellung des Vortragsthemas „Wieviel Presse-Sortiment braucht der Fachhandel?“ stellte Mathews die Ergebnisse einer Korrelationsanalyse vor. Diese verdeutlicht, dass breite Presse-Sortimente in Fachgeschäften die Umsatzentwicklung stabilisieren. Der Grosso-Verband unternimmt daher zahlreiche Maßnahmen in enger Zusammenarbeit mit den Fachhändlern und Verlagspartnern, um breite Sortimente und eine exzellente Presse-Präsentation zu fördern. Beispiele wie die Qualitätsoffensive, Zweitplatzierungsaktionen, EH-Wettbewerbe, das Suchportal MYKIOSK.com, Zeitschriften in die Schulen oder der Markenlehrbrief für Presse stellen in diesem Zusammenhang wichtige Maßnahmen für die Verkaufsförderung und Bewerbung des Presse-Sortimentes dar. „Die Nahversorgerqualität, die breiten Sortimente und die kundennahe Beratung des Fachhandels sorgen für eine langfristige Etablierung der Geschäfte im Markt. Presse-Handel, Verlage und Grosso sichern gemeinsam Presse-Freiheit und Presse-Vielfalt“, so Mathews.

Verkaufsförderung zum 75. Jubiläum der FAZ

Die FAZ setzt zum 70-jährigen Jubiläum auf konzertiertes EH-Marketing in Zusammenarbeit mit dem deutschen Presse-Grosso. In Koordination durch die Presse-Grosso Marketing GmbH und das Ressort Marketing fanden zahlreiche verkaufsfördernde Maßnahmen im Presse-Grosso und im Einzelhandel statt. Eine Woche vor der Jubiläumsausgabe am 1. November 2019 setzten die Presse-Grosso-Firmen zahlreiche Aktivitäten am Point of Sale für die Bewerbung und die Verkaufsförderung der überregionalen Qualitäts-Zeitung Frankfurter Allgemeine Zeitung um.

Unter dem Claim „Qualität ist zeitlos“ wurden verschiedene Werbemittel wie Varioplakate, Regalwobblers, Thekenaufsteller und Bodendisplays durch die Presse-Grosso-Firmen in die Verkaufsstellen des teilnehmenden Einzelhandels gebracht. Darüber hinaus fanden Händlergewinnspiele, Regalschalenbuchungen und umfangreiche Außendienstesätze zur optimalen Platzierung der FAZ im Handel statt. Insgesamt 1.500 Verkaufsstellen wurden in diesem Zusammenhang mit einem Stand-Display beliefert, in dem die Titel FAZ, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Frankfurter Allgemeine Woche und Quarterly präsentiert werden konnten.

Flankiert wurden die Maßnahmen durch Banner-Anzeigen der FAZ und der FAZ-Woche auf MYKIOSK.com. Der FAZ-Banner verlinkt auf einen Online- EH-Gutscheinheft der Zeitung und aktiviert hierdurch zusätzliche Leser zum Kauf im Einzelhandel.



EINZELHANDELSSTRUKTURANALYSE 2019

Basis für EH-Marketing und Vertriebssteuerung

Käufernahes Verkaufstellennetz für Presse

Text | Sebastian Metzmacher

Einzelhandelsstrukturanalyse 2019: Der Pressegroßhandel beliefert täglich über 97.000 Verkaufsstellen mit Pressesortimenten. Er gewährleistet damit eine flächendeckende Versorgung mit Zeitungen und Zeitschriften in Deutschland. Die Konsolidierung im Pressehandel setzt sich weiter fort.

Der deutsche Pressegroßhandel hat zur Kalenderwoche 39/2019 bundesweit 97.485 Presse führende Einzelhändler mit Zeitungen, Zeitschriften und pressenahen Zusatzsortimenten beliefert. Damit bedient der Pressegroßhandel in Deutschland weiterhin ein einmalig käufernahes Vertriebsnetz, das im internationalen Vergleich als vorbildlich gilt.

ABBILDUNG 1: ENTWICKLUNG ANZAHL PRESSE-VERKAUFSTELLEN 2000 BIS 2019

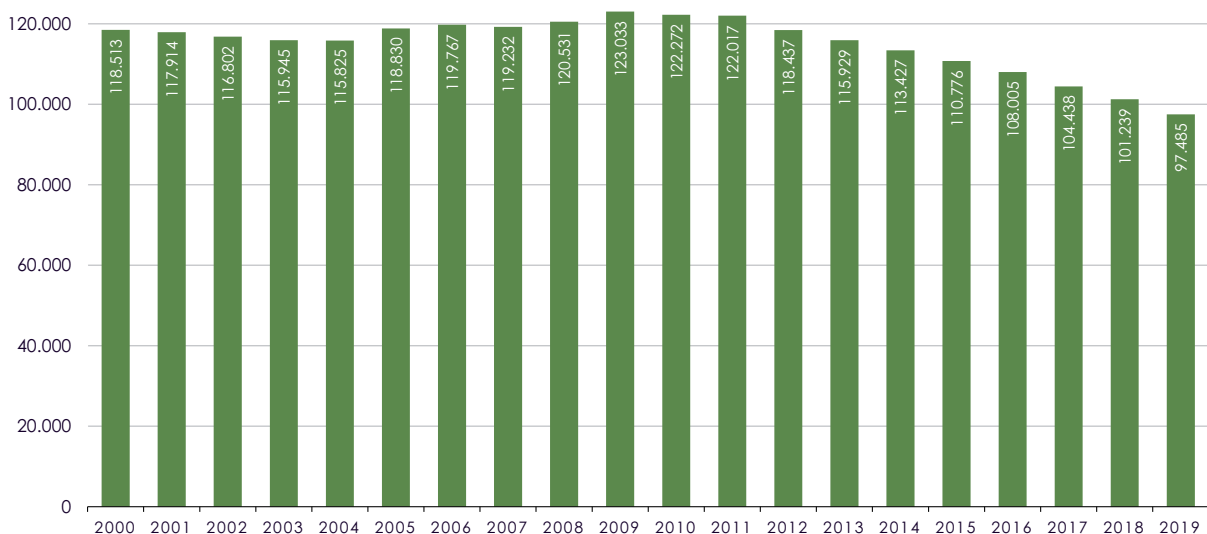
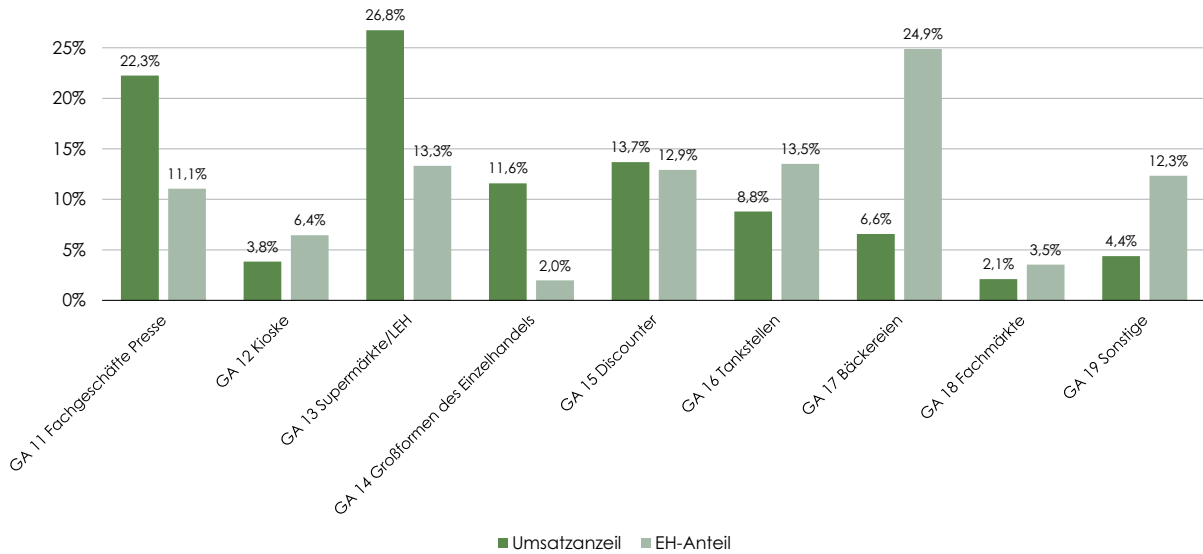


ABBILDUNG 2: UMSATZBEDEUTUNG DER GESCHÄFTSARTEN 2019


Der Strukturwandel im Presse-einzelhandel hält an: Weitere Konsolidierung und wachsende Marktanteile der filialisierten Vertriebsformen sind Folgen des Umbruchs. Weiter auf Wachstumskurs liegt das vom Presse-großhandel etablierte Efficient Consumer Response Verfahren „Verkaufstägliche Marktbeobachtung am Point of Sale“ (VMP). Das Sortimentsmanagement der Presse-großhändler trägt zu einer verbesserten Warenpräsentation von Presseprodukten bei. Dies sind wichtige Ergebnisse der vom Presse-großhandel in der Kalenderwoche 39/2019 durchgeführten Vollerhebung des Zeitungs- und Zeitschrifteneinzelhandels. Die Ergebnisse der Einzelhandelsstruktur-analyse 2019 veröffentlichte am 17. Januar 2020 zum ersten Mal der Gesamtverband Pressgroßhandel e.V., der die Trägerschaft vom Bundesverband Presse-Grosso e.V. übernommen hat.

Trotz erfolgreicher Erschließung von über 2.600 Neukunden durch den Presse-großhandel ging die Zahl der Presse-verkaufsstellen im Jahr 2019 um 3,7 Prozent auf 97.485 Einzelhandelsstandorte zurück, da im gleichen Zeitraum fast 6.400 Einzelhändler den Verkauf von Printprodukten aufgaben (Abbildung 1).

Gegen diesen Trend wächst erneut die Filialanzahl großer Supermärkte und Drogeriemärkte. In der Entwicklung der EH-Standorte weitgehend stabil zeigen sich die Geschäftsarten Großformen des Einzelhandels, Discounter und Tankstellen, während Presse-fachgeschäfte, Kioske, kleine Lebensmittelmärkte und insbesondere Bäckereien einen deutlichen Rückgang verzeichnen.

Die drei wichtigsten Geschäftsarten im Presse-einzelverkauf sind Presse-Fachgeschäfte, Supermärkte und Großformen des Einzelhandels. Mit einem EH-Anteil von gut 26 Prozent werden in den Verkaufsstellen dieser Geschäftsarten rund 60 Prozent des gesamten Presseumsatzes generiert (Abbildung 2).

Etwas mehr als die Hälfte der Presse-einzelhandelsgeschäfte sind ungebundene, fragmentierte Einzelhändler (52,7 Prozent) – mit abnehmender Tendenz (Abbildung 3). Unter den Großkunden wachsen die gebundenen Einzelhändler leicht (+ 1,2 Prozent), während die regiebetriebenen Filialisten einen leichten Rückgang verzeichnen (- 1,5 Prozent). Insgesamt bleibt die Anzahl Großkunden damit nahezu stabil.

ABBILDUNG 3: ORGANISATIONSGRAD IM EH 2019

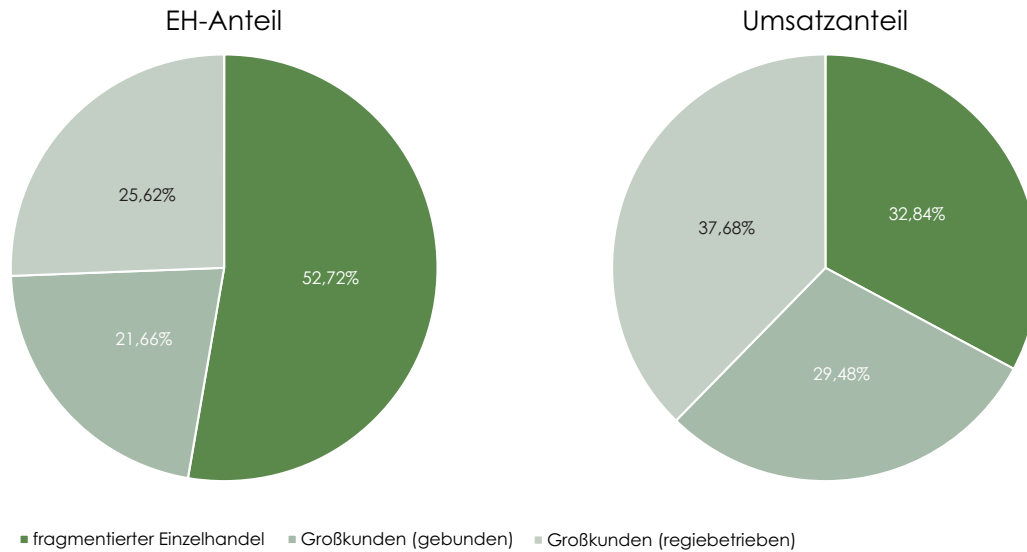
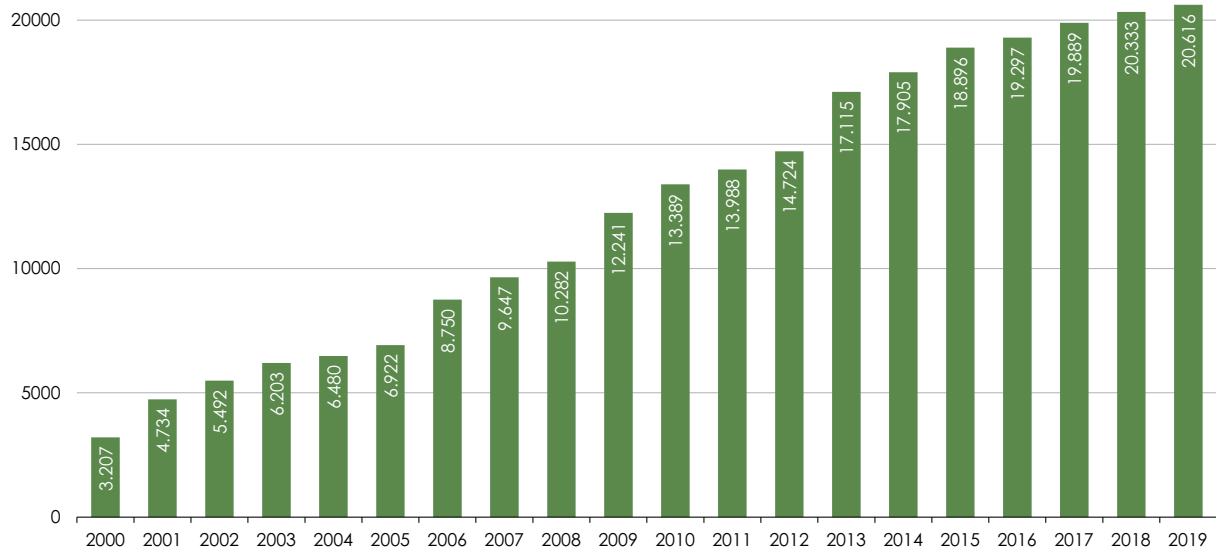


ABBILDUNG 4: ENTWICKLUNG DER EH, DIE AM VMP-VERFAHREN TEILNEHMEN (2000 BIS 2019)



Weiter positiv entwickelt sich das vom Pressegroßhandel etablierte Efficient Consumer Response-Verfahren VMP. Mit jetzt 20.616 Einzelhändlern melden 2019 1,4 Prozent mehr Verkaufsstellen täglich ihre Verkaufsdaten als im vergangenen Jahr (Abbildung 4). Die VMP-Kunden haben bundesweit einen Verkaufsstellenanteil von 21,1 Prozent und generieren zusammen inzwischen 46,0 Prozent des gesamten Presseumsatzes (Abbildung 5).

Seit 2015 ist die durchschnittliche Präsentationsfläche im zeitschriftenführenden Einzelhandel von 24,4 Bordmeter je Verkaufsstelle auf aktuell 23,9 Bordmeter je Verkaufsstelle zurückgegangen (-0,5 Meter je EH). Gleichzeitig verringert sich im selben Zeitraum die durchschnittliche Sortimentsbreite Presse um 12,6 Objekte je Einzelhändler auf aktuell 216,4 Titel je Presseshop. Im Ergebnis führt dies zu einem leichten Anstieg der durchschnittlichen Präsentationsfläche pro Objekt (+ 0,4 Zentimeter pro Titel). Die auch als Schuppungsgrad bekannte Maßgröße beträgt in der Erhebungswoche gut 11 cm.

ABBILDUNG 5: UMSATZBEDEUTUNG DER VMP-EINZELHÄNDLER 2019

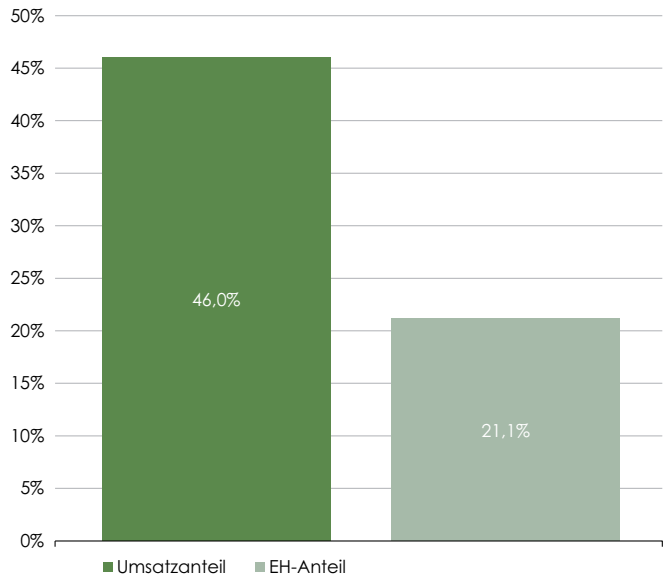


ABBILDUNG 6: DURCHSCHNITTLICHE ENTWICKLUNG BORDMETER, SORTIMENTSBREITE, SCHUPPUNGSGRAD 2015 BIS 2019

Durchschnitt	2015	2016	2017	2018	2019
Summe Gesamt-Bordmeter Presse	24,39	24,38	24,37	24,17	23,88
Sortimentsbreite Presse	229,02	225,1	227,43	218,29	216,37
Sortimentsbreite Zeitschriften	194,87	190,83	191,56	183,5	182,46
Schuppungsgrad Presse (in cm)	10,65	10,83	10,71	11,07	11,04
Anzahl EH gesamt	88.555	88.572	82.326	79.354	76.402
Anteil EH m. Präsentationsauslastung > 100 % *	35,60%	32,82%	34,65%	30,36%	31,01%
Anteil EH m. Präsentationsauslastung > 120 % *	16,00%	14,29%	15,14%	12,39%	12,07%

Sortimentsbreite Presse = Zeitungsortiment * 2 + Zeitschriftensortiment + RCR Sortiment * 0,5

Schuppungsgrad = Summe Bordmeter / Sortimentsbreite Presse

* nur ZZ-Kunden der GA 11, 12-01, 13, 14, 16 und 18 mit Presseregalen, ohne Saisonkunden; Basis: 12,5 Solltitel pro Bordmeter

FRÜHREMISSION

Ziel: Reduktion von Frühremission

Erfolgreicher Praxistext und Roll-Out

Text | Vincent Nolte

Frühremissionstest: Nach erfolgreichem Praxistest zur Vermeidung von Sofort- und Frühremission wird das Projekt bundesweit ausgerollt

Der Bundesverband Presse-Grosso, jetziger Gesamtverband Pressgroßhandel, und der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) führten im Kalenderjahr 2018 erfolgreich einen 12-monatigen Praxistest zum Abbau von Sofort- und Frühremissionen durch. Die

strikte Einhaltung der branchenweit vereinbarten Regeln zur Sortiments- und Mengensteuerung stand im Fokus des Tests, mit dem untersucht werden sollte, ob durch die konsequente Einhaltung der Marktregeln und durch eine intensive Betreuung des Einzelhandels die Frühremissionsmenge spürbar gemindert werden kann, ohne dabei an Marktausschöpfung zu verlieren.

Nach Abschluss des Tests bewerteten Anfang 2019 die Experten der gemeinsamen Task Force Frühremission die erzielten Ergebnisse auf Basis der vom Gesamtverband

ABBILDUNG 1: CONTROLLINGERGEBNISSE DES FRÜHREMISSIONSTESTS

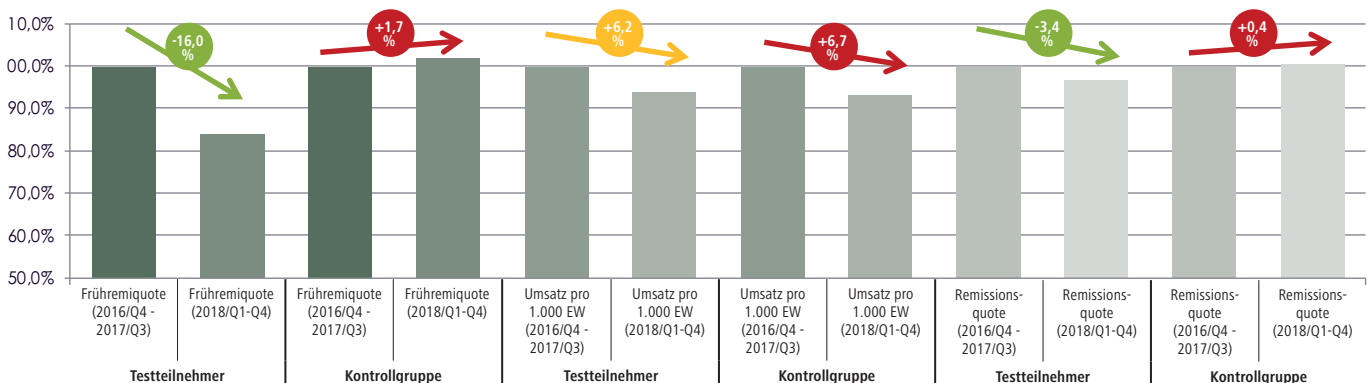


ABBILDUNG 2: FRÜHREMISSIONSCONTROLLING VDZ/GROSSO VORLAGE VERBANDSCONTROLLING (QUARTALSWEISER ERSCHEINUNGSRHYTHMUS)

CONTROLLING REPORT FRÜHREMISSION									
GRNR	Grossist	Frühremissionsquote				Index Marktausschöpfung zu jeweiligem Vorquartal			
		2018 / Q3	2018 / Q4	2019 / Q1	2019 / Q2	2018 / Q3	2018 / Q4	2019 / Q1	2019 / Q2
	Alle Grossisten	9,9%	10,0%	9,7%	9,5%	-7,2%	-5,6%	-4,1%	-4,8%
1	Grossist	3,6%	3,8%	3,6%	3,8%	-17,8%	-17,4%	-20,9%	-16,1%
2	Grossist	3,9%	3,9%	3,9%	3,9%	-7,8%	-7,0%	-4,0%	-6,2%
3	Grossist	5,6%	5,5%	5,5%	4,8%	-8,0%	-6,8%	-4,6%	-5,6%
4	Grossist	6,3%	6,3%	6,3%	4,9%	-6,8%	-4,4%	-2,8%	-9,0%
5	Grossist	5,7%	5,5%	5,5%	5,6%	-6,8%	-5,7%	-2,6%	-4,8%
6	Grossist	6,4%	6,7%	6,7%	5,8%	-7,9%	-6,5%	-2,3%	-8,2%
7	Grossist	5,9%	6,0%	6,0%	6,1%	-7,3%	-6,1%	-3,8%	-7,3%
8	Grossist	7,1%	7,1%	7,1%	3,1%	-6,6%	-5,3%	-4,5%	-5,3%

Pressegroßhandel bereitgestellten Controlling-Ergebnisse positiv. Im gesamten Testzeitraum haben sich die Frühremissionswerte der vier Testgrossisten Presseservice Nord, Grossunion Nord, Presse Schiessl (jetzt Firma Jost, Filiale Regensburg) und Pressevertrieb Potsdam um rund 16 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum vor dem Projektstart verringert. Bei den übrigen Grossisten haben sich demgegenüber die Frühremissionswerte weiter verschlechtert, also erhöht. Zudem lag bis zum Abschluss des Testzeitraums die Marktausschöpfung (gemessen am Umsatz je 1.000 Einwohner) in den Testgebieten über den Werten der Vergleichsgebiete. Demnach sanken bei den Testgrossisten die realisierten Umsätze mit Presse pro 1.000 Einwohner weniger stark als in den übrigen GROSSO-gebieten (Abbildung 1).

Auf Grundlage der positiven Ergebnisse beschloss die gemeinsame Taskforce, die für den Test erarbeiteten Regelungen sukzessive bundesweit auszurollen. Im Herbst 2019 machten die GROSSO-Unternehmen Lütkemeyer und Jost den Anfang. Ab Januar 2020 kommen die Firmen PresseGROSSO Südwest, Nordbayerische Pressevertrieb, Buch und Presse Hamburg sowie der Pressevertrieb Nord hinzu.

Der Rollout wird von einem detaillierten Controlling begleitet, das die Mitglieder des Gesamtverbandes 2019 in Wiesbaden im Rahmen ihrer Mitgliederversammlung beschlossen. Die quartalsweise Bereitstellung des Controllings an den VDZ und die GROSSO-Unternehmen soll erstmalig mit den Quartalsergebnissen des ersten Quartals 2020 bereitgestellt werden (Abbildung 2).

NEUE OBJEKTGRUPPENSTRUKTUR

Optimiertes Belegungsschema

Neue Objektgruppenstruktur seit April 2019 – Bessere Orientierung im Regal steigert das Umsatzpotenzial des Pressesortiments

Text | Sebastian Metzmacher

Seit 1. April 2019 gibt es einige neue Objektgruppen für die Kategorisierung von Zeitungen und Zeitschriften. Die neue Segmentierung schafft mehr Struktur im Presseregal, bessere Orientierung für die Käufer und steigert das Umsatzpotential des Pressesortiments.

Im Zentrum der Umgruppierung stand die Herauslösung der wöchentlichen Frauen- und Unterhaltungszeitschriften aus der Objektgruppe „12 - Frauen und Unterhaltung“ in eine eigene Objektobergruppe „18 - Frauen, Unterhaltung aktuell“. Ein weiterer Schwerpunkt lag in der Neuordnung der Unterkategorien der bestehenden Objektgruppe 12.

Die Branchenverbände Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) und Gesamtverband Pressegroßhandel (GVPG) empfehlen dem Einzelhandel, insbesondere, Frauenzeitschriften, die zu den Top-Umsatzbringern zählen, im Presseregal jeweils als Block zu präsentieren. Ferner fasst die neue Objektgruppenstruktur die Taschenhefte in einer gemeinsamen Untergruppe (OG 16-60) zusammen. Wundertüten mit ermäßigtem Mehrwertsteuersatz (OG 10-85) werden zudem seit dem 1. April 2019 im Jugendsegment abgebildet und die Offertenblätter (OG 17-45) den Zeitungen zugeordnet. Der Pressegroßhandel hat die Einzelhandelspartner mit Hilfe von Flyern über das neue Belegungsschema für unterschiedlich große Regaltypen informiert und durch den Außendienst bei der Umsetzung vor Ort unterstützt.

NEUORDNUNG DER EHA STRA-OBJEKTGRUPPENSTRUKTUR



Neu ab dem 01.04.2019	
<p>18-11 Frauen wöchentlich (serviceorientiert)</p> 	<p>Ihre Vorteile:</p> <p>Verbesserte Struktur im Presseregal +</p> <p>Einfacheres Handling für Sie, mehr Orientierung für Ihre Käufer +</p> <p>Mehr Erlös mit Ihrem Pressesortiment +</p>
<p>18-12 Unterhaltung wöchentlich</p> 	
<p>12-11 Frauen Premium</p> 	

Wichtiger Hinweis für Presseverkäufer:
Beachten Sie die neue Objektgruppenstruktur bei der Regalbestückung und steigern Sie so Ihren Umsatz!

„Zeitschriften in die Schulen“

**PRESSEGROSSHANDEL VERSORGT 230.000
SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER MIT LESESTOFF**

Bundesweit mehr als 600.000 kostenfreie Magazine für den Unterricht / Gemeinsame Leseförderinitiative von Stiftung Lesen, Presse-Grosso und VDZ unterstützten Lehrkräfte an weiterführenden Schulen

Ab Mai 2019 erhielten bundesweit über 230.000 Schülerinnen und Schüler an weiterführenden und beruflichen Schulen einen Monat lang insgesamt mehr als 600.000 kostenfreie Zeitschriften. In Nordrhein-Westfalen nahmen 39.000 Kinder

und Jugendliche teil. Ermöglicht wurde dies durch das gemeinsame Leseförderprojekt „Zeitschriften in die Schulen“ der Stiftung Lesen, des Bundesverbands Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten und des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. (VDZ).

42 ausgewählte Nachrichten-, Sport- und Wissensmagazine, Illustrierte, Kinder- und Jugendzeitschriften bereicherten den Unterricht und stärkten die Lesekompetenz älterer Kinder und Jugendlicher. Begleitet wurden die Zeitschriftenpakete durch didaktische Anregungen für Lehrkräfte und Leseempfehlungen.

Kurze Texte und Themenvielfalt motivieren zum Lesen.

Das Ziel von „Zeitschriften in die Schulen“ ist es, Lehrkräfte bei der individuellen Förderung von Lesemotivation sowie Lese- und Medienkompetenz zu unterstützen. Laut IGLU-Studie 2016 können rund 19 Prozent der Viertklässler in Deutsch-

land nicht richtig lesen. Die betroffenen Kinder drohen den Anschluss an die Lerninhalte der weiterführenden Schulen zu verlieren, da diese eine grundlegende Lesekompetenz voraussetzen. „Zeitschriften in die Schulen“ versteht sich daher als zentrales Unterrichtsangebot, um vor allem leseschwache Schülerinnen und Schüler zum Lesen zu motivieren. Kern der Initiative sind Publikumsmagazine, die mit ihren kurzen Texten, Infografiken, ausdrucksstarken Bildern und abwechslungsreichen Themen die Neugier junger Menschen wecken. Zudem regen die unterschiedlichen Zeitschriftentexte – von Kurzmeldungen über Bildunterschriften bis hin zu Interviews, Porträts und Kommentaren – dazu an, sich gegenseitig vorzulesen, unbekannte Wörter zu erschließen und neue Zusammenhänge zu erkennen.

„Engagement des Pressegroßhandels für Kinder und Jugendliche“

„Zeitschriften in die Schulen“ ist ein Klassiker der Leseförderung. Der Pressegroßhandel engagiert sich mit Herzblut für das Projekt, weil der frühe Einstieg ins selbstständige Lesen für Kinder und Jugendliche eine wichtige Voraussetzung zur persönlichen Entfaltung und gesellschaftlichen Teilhabe ist. Gedruckte Magazine begeistern gerade junge Menschen durch vielfältige Inhalte mit Überraschungseffekt, ansprechende Aufmachung sowie haptische Qualitäten. Ganz nebenbei reift das Verständnis von längeren Texten, differenzierten Berichten, Kommentaren und Einordnungen. Auch in diesem Jahr sind wieder alle Pressegroßhändler mit großem Aufwand dabei, wenn es darum geht, die vielen Tausend Exemplare frei Haus an die Schulen zu liefern. Dies ist jedes Jahr aufs Neue eine große Aufgabe. Schon Monate vorher planen die Pressegroßhändler die Abläufe.

**Kai-Christian Albrecht,
Hauptgeschäftsführer, Gesamtverband Pressegroßhandel**



Kulturstatsministerin Monika Grütters: „Zeitgemäß und nachhaltig“

Schirmherrin des Leseförderprojekts ist 2019 bereits zum sechsten Mal die Staatsministerin für Kultur und Medien, Monika Grütters: „Lesekompetenz ist heute notwendiger denn je! Denn Lesen ist in unserer multimedialen Welt der Schlüssel zu Wissen, Bildung und demokratischer Teilhabe. Nur wer lesen kann, wird am gesellschaftlichen und kulturellen Leben in vollem Umfang teilhaben können und Gefahren gezielter Desinformation erkennen. Deshalb ist es wichtig, so früh wie möglich Kindern und Jugendlichen kreative Leseförderangebote zu bieten und sie so für das Lesen zu begeistern. Genau dieses Ziel verfolgt auch das seit Jahren erfolgreiche Projekt ‚Zeitschriften in die Schulen‘. Daher habe ich auch in diesem Jahr gerne wieder die Schirmherrschaft übernommen.“

25 JAHRE ARBEITSGEMEINSCHAFT GRAPHISCHE PAPIERE

Grundstein für vorbildliches Papier- Recycling in Deutschland

Die Arbeitsgemeinschaft Graphische Papiere (AGRAPA), an der die gesamte Wertschöpfungskette Druck, darunter auch der GROSS-Verband, beteiligt ist, feierte in 2019 ihr 25-jähriges Jubiläum und weist mit einer Altpapier-Recyclingquote von über 80 Prozent einen Rekordwert aus. 1984 hatten sich Papierhersteller,

-händler sowie Buch-, Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, Drucker und Versandhandel gegenüber der Bundesregierung verpflichtet, zunächst 53 Prozent der in Deutschland verbrauchten Druckpapiere zu recyceln. Dank dieser Aktivitäten ist Deutschland heute weltweit führend beim Papier-Recycling.



Über 80 Prozent
des graphischen
Altpapiers werden
recycelt



In einem Video erklärt die AGRAPA, warum ein funktionierender Altpapier-Kreislauf von großer Bedeutung ist

„Die AGRAPA konnte die vereinbarten Quoten bislang jedes Jahr erreichen oder sogar übererfüllen. Die Initiative ist eine der wenigen funktionierenden freiwilligen Selbstverpflichtungen der deutschen Industrie“, erklärt Volker Hotop, Geschäftsführer der Frankfurter Societäts-Druckerei und Vorsitzender der AGRAPA.

Den Startschuss für das Projekt gaben die Verbände 1984 mit einer freiwilligen Selbstverpflichtung gegenüber dem damaligen Bundesumweltminister Klaus Töpfer. Seitdem prüft und bestätigt das Umweltministerium jährlich die Einhaltung der Vereinbarung, die seit dem Jahr 2001 eine Recyclingquote von 80 Prozent +/- 3 Prozent vorschreibt.

Die Mitglieder der AGRAPA haben sich im Rahmen ihrer Initiative über zweieinhalb Jahrzehnte nicht nur für vorbildliche Sammelsysteme eingesetzt, sondern sowohl in der Altpapieraufbereitung wie im Druck die technischen Voraussetzungen für die Herstellung und Verwendung von graphischen Papieren auf Altpapierbasis geschaffen. Heute werden in Deutschland allein im Bereich graphischer Papiere rund 8 Millionen Tonnen wiederverwertet. Warum ein funktionierender Altpapier-Kreislauf von großer Bedeutung ist, erklärt die AGRAPA in einem Video.

Der AGRAPA gehören folgende Verbände an:

- Verband Deutscher Papierfabriken (VDP) / Gesellschaft für Papier-Recycling mbH (GesPaRec), Bonn
- Verein der Deutschen Papierimporteure (VDPI) / P.R.INT. e.V., Bonn
- Bundesverband des Deutschen Papiergroßhandels, Celle
- Bundesverband Druck und Medien (bvdm), Berlin
- Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), Berlin
- Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA), Berlin
- Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ), Berlin
- Gesamtverband Pressegroßhandel (GVPG), Köln
- Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevhd), Berlin
- Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Frankfurt

Azubis von QTRADO zu Gast

IN DER VERBANDSGESCHÄFTSSTELLE

Sechs Auszubildende des Leverkusener Grosso-Unternehmens QTRADO besuchten am 4. Dezember 2019 die Geschäftsstelle des Grosso-Verbandes.

Die sechs angehenden Medienkauffrauen Digital und Print erhielten einen intensiven Einblick in die Arbeit des Verbandes und der Verbandsgeschäftsstelle für den Berufsstand. Geschäftsführer Kai-Christian Albrecht begrüßte den Nachwuchs und stellte die enge Zusammenarbeit des Verbandes mit seinen Mitgliedsunternehmen heraus. Er ging dabei auf die Aufgaben und den Nutzen des im Mai 2019 gegründeten Gesamtverbandes Pressegroßhandel ein, der über klassische Verbandsthemen hinaus marktnahe Leistungen bündelt, die üblicherweise von den Einzelunternehmen getragen werden müssten.

Es folgten Präsentationen von Geschäftsführer Michael Hoffmann über Betriebswirtschaft, Referent Sebastian Metzmaker über Marktanalyse und Referent Elmar Mathews über Marketing. Im Dialog zeigten sich immer wieder konkrete Anknüpfungspunkte für die praktische Arbeit der Grosso-Unternehmen – etwa am Beispiel von aktuellen Großkundenprojekten und geplanten Marketing-Aktionen 2020. Für QTRADO-Ausbildungsleiter Thorsten Wolff war der Intensivkurs in der Verbandsgeschäftsstelle wieder ein voller Erfolg: „Seit vielen Jahren ergänzen wir unsere betriebli-

che Ausbildung durch den gegenseitigen Austausch der Auszubildenden mit befreundeten Verlagen. Ein weiteres Element ist nun zum dritten Mal der Besuch der Geschäftsstelle. Hier konnten unsere Azubis durch die Fachvorträge der Ressorts einen Blick hinter die Kulissen der Verbandsarbeit werfen. Wir danken allen Mitarbeitern der Geschäftsstelle für die Unterstützung des Schnuppertags und für die engagierte Darstellung der für die Praxis wertvollen Verbandsarbeit.“ Auch die sechs Auszubildenden selbst bewerteten den Austausch als eine rundum bereichernde Erfahrung.



Aus der Praxis für den Nachwuchs: Azubis zu Gast in der Verbandsgeschäftsstelle

PREISVERLEIHUNG

Deutschlands bestes Presseregale

Der Bundesverband Presse-Grosso gratuliert den Gewinnern des Presse-Regal-Award 2019:

- Edeka Burkowski aus Essen in der Kategorie Supermarkt,
- Edeka Wucherpfennig aus Hannover in der Kategorie Verbrauchermarkt,
- das Rewe-Center in Rodgau-Dudenhofen in der Kategorie SB-Warenhaus und
- die Agip Tankstelle Bambach in Bad Dürkheim in der Kategorie Tankstelle.

„In diesem Jahr gab es erfreulich hohe Bewerbungszahlen mit erstaunlich guten Qualitäten für Bewerbungen. Insgesamt wurden 138 Bewerbungen eingereicht, die einzeln in jeweils zwei Jurysitzungen besprochen wurden“, erläutert Jury-Mitglied Norbert Wallrafen vom Bundesverband Presse-Grosso. Nach der ersten Jurysitzung stand fest, dass es 13 potentielle Gewinnkandidaten gab – die verstreut in diversen Regionen Deutschlands – nochmals durch Jurymitglieder besucht wurden. Zielfrage: Waren die Situationen vor Ort wie Bilder und Text in der Bewerbung versprochen?



Glückliche Gewinner auf der Spree

Bei der Endauswahl haben die Jurykollegen Pro und Kontra je Einzelhändler mit Gewinnerpotential gründlich diskutiert, war sich dann jedoch recht schnell über die Sieger 2019 einig.

Zur Ehrung der Gewinner ging's nach Berlin auf das Restaurantschiff Patio auf die Spree, wo alle Sieger, die Jurymitglieder, Laudatoren und Branchenvertreter einen hochsommerlich-heißen „Feier“-Abend in der

Hauptstadt genossen. Bevorzugter Aufenthaltsort: Der Spree-Balkon... Die Aktion „Deutschlands bestes Presseregale“ hat sich zwischenzeitlich zu einem sehr renommierten Branchenpreis entwickelt. Auch für das kommende Jahre wird es sich bestimmt wieder lohnen, mit viel Engagement am Wettbewerb 2020 teilzunehmen.

PREISVERLEIHUNG FUTURUM VERTRIEBSPREIS 2019

Grosso-Präsident Frank Nolte ausgezeichnet

Grosso-Präsident Frank Nolte erhielt „aus Anlass der Gründung des Gesamtverbandes Presse-großhandel“ den FUTURUM-Vertriebspreis 2019 in der Kategorie „Innovativer Vertriebsmanager des Jahres“.

Ausgezeichnet wurden ferner Isabell Deeg, Produkt-Managerin bei Blue Ocean Entertainment, als beste Absolventin des VDZ-Zertifikats-kurses „Experte im Pressevertrieb“ sowie für ihr Lebenswerk Beate Becker-Stahl, stellvertre-tende Vorsitzende des Lesezirkel-verbandes, und Wilfried Paepcke, Finanzvorstand des Bundesverbands Abonnement. Die Preisverleihungen erfolgten im Rahmen des 11. VDZ-Distribution Summit am Abend des 5. September 2019 in Hamburg.

Laudator Dr. Olaf Conrad, Managing Director der Edel Verlagsgruppe, würdigte in sehr persönlichen Worten das herausragende Engagement von Nolte für den Pressevertrieb und zeigte Erfolge in der Gestaltung des Medienwandels sowie gemeinsame Stationen auf. Nolte sei in diesen Jahren der beste Mann an der Spitze des Presse-Grosso. „Du kannst klug verhandeln und argumentieren, Menschen überzeugen und zusammenführen.“ Die ausgezeichnete Gründung des Gesamtverbandes sei dabei nur ein Meilenstein, so Conrad weiter. Der langjährige G+J-Manager

zeigte weiter den angestoßenen Fusionsprozess und die gemeinsam erstrittene Regelung zum Presse-Grosso im Rahmen der 8. GWB-Novelle auf. Per Video sendeten Burda-Vorstand Philipp Welte, Sales Impact-Geschäftsführer Michael Fischer, PVG-Geschäftsleiter Vertrieb Udo Schlaghecken und Grosso-Verbandsgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht würdige Grußbotschaften.

Nolte bedankte sich für die mit dem Preis verbundene Anerkennung für das gesamte Presse-Grosso: „Es ist schön zu sehen, dass der Grosso-Verband und seine Arbeit so Wert geschätzt werden. Die Zeit war reif für einen Perspektivenwechsel. Wir sind vereint unter einem Dach noch stärker.“ Durch gute Vorbereitung, Beharrlichkeit und Ausgleich sei es gelungen, Brücken zu bauen und alle mitzunehmen: BVPG-Mitglieder, APV-Firmen und deren Gesellschafter. „Die Auszeichnung und der Dank gebührt ebenso meinen Kollegen im Vorstand, der Geschäftsführung und auch der Task Force Verbandsreform“, so Nolte.



„Die Zeit war reif für einen Perspektivenwechsel.“

EINSATZ FÜR DEN BERUFSSTAND

Verdienste der Regionalvorstände gewürdigt

Auf Empfehlung der Task Force Verbandsreform verabschiedeten die Mitglieder des Bundesverbandes Presse-Grosso am 1./2. April 2019 eine umfassende Reform des Bundesverbandes. Zu den Änderungen zählt eine Zentralisierung durch Stärkung der Mitgliederversammlung als oberstes Verbandsorgan und die Abschaffung des Organs der Regionalgruppen.

Grosso-Präsident Frank Nolte rief bei seiner Grundsatzrede zur Verbandsreform die wichtige Funktion in Erinnerung, die die Bezirksgruppen, die 2004 in fünf Regionalgruppen zusammengefasst wurden, in der Vergangenheit für den Informations- und Erfahrungsaustausch unter den Pressegroßhändlern aus einer Region ausgeübt haben. Die dezentrale Verbandsstruktur stoße angesichts der Transformation des Pressegroßhandels zunehmend an Grenzen. Er dankte den Unternehmern, die sich im erweiterten Vorstand für den Berufsstand eingesetzt haben.

„In der Zeit von 2004 bis heute haben sich viele Kollegen in den Regionalgruppen als Vorstand oder

Stellvertreter engagiert. Für manche Unternehmer war dies der Vorlauf für einen späteren Wechsel in den engen Vorstand – etwa für die Kollegen Jan Carlsen, Robert Herpold oder zuletzt Vincent Nolte. Im Namen der Mitglieder danke ich allen ehemaligen und amtierenden Regionalvorständen und Stellvertretern für die geleistete Arbeit und das Engagement sehr herzlich! Ohne diesen Einsatz wäre die Verbandsarbeit in den Regionen nicht in der Breite möglich gewesen.“

Nolte richtete unter großem Beifall der Mitglieder persönliche Wort an seinen Kollegen Dr. Jörg Lütkemeyer: „Ich danke Ihnen ganz persönlich für die langjährige und vertrauensvolle Zusammenarbeit! Mit klugen Beiträgen, westfälischem Humor und auch mahnenden Worten sind Sie eine wertvolle Bereicherung für unsere Gemeinschaft.“

Nolte warf abschließend einen Blick in die Zukunft: Die stärkere Zentralisierung sei eine Chance, dass sich die Kollegen in die Meinungsbildung noch intensiver direkt einbringen können – so Nolte.



Dr. Jörg Lütkemeyer aus Münster engagierte sich über viele Jahre im erweiterten Führungskreis des Bundesverbandes Presse-Grosso, zunächst als Sprecher der Bezirksgruppe Westfalen im Ausschuss der Bezirksdelegierten und seit 2004 als Vorstand der Regionalgruppe Mitte-West im erweiterten Vorstand. Der Inhaber des Pressevertrieb Lütkemeyer wurde 2004 aufgrund seiner Persönlichkeit und seines juristisch-humanistischen Hintergrundes zum Sprecher der Regionalgruppen ernannt und übte diese Funktion bis zur Auflösung des erweiterten Vorstandes im Frühjahr 2019 verantwortungsvoll aus. Der Jurist übernahm zudem regelmäßig die Wahl-Leitungen und wirkte in weiteren Verbandsgremien mit.



Die Expertenrunde plädierte für einen maßvollen Ausgleich zwischen Marktversorgung und Herstellungskosten mit Presse

MEDIENTAGE MÜNCHEN 2019

Presse-Distribution auf der Agenda

Experten aus der Medienbranche diskutierten auf der Main Stage der Medientage München 2019 über ein konkretes Thema aus der Praxis der Presse-Distribution.

„Hohe Remissionen sind der Tod der Print-Branche“, so lautete der zuge-spitzte Titel des von Irmela Schwab, Autorin der Zeitschrift Werben und Verkaufen moderierten Panels, an dem Jessica Peppel-Schulz, Chief Executive Officerin des Verlags Condé Nast, Guido Friebel, Director Print bei Publicis Media, Dagmar Holick, Director Media & Communications der Kosmetik-

Firma Clarins, Vincent Nolte, Vize-präsident Gesamtverband Presse-großhandel, und IVW-Geschäftsführer Dr. Kai Kuhlmann mitwirkten.

Zwischen den Erwartungen von Verlagen und Werbekunden nach möglichst hohen und zugleich wirtschaftlichen Reichweiten einerseits und der Notwendigkeit bei gewissen Schwankungen der Nachfrage Ausverkäufe an der Ladentheke zu vermeiden, müsse ein maßvol-ler Ausgleich geschaffen werden. Gleichzeitig gelte es, unnötige Kos-ten für die Herstellung und den Ver-trieb der Magazine und Beigaben zu

vermeiden. Die Expertenrunde war sich einig, dass keiner der Beteiligten die Herausforderung hoher Remis-sionsquoten alleine lösen könne. In-sofern sei die Diskussion zu diesem Thema ein erster Schritt in Richtung eines koordinierten Vorgehens, so das Fazit des Panels.

Die Medientage München haben sich zu einer der führenden Medien-fachveranstaltungen in Europa ent-wickelt und fanden in 2019 zum 33. Mal statt. Auf 7 Konferenzbühnen diskutierten über 400 nationale und internationale Speaker zu aktuellen Medienthemen.

NACHRUF GERD KAPP

„Stratege, Diplomat und Mahner“

Der Bundesverband Presse-Grosso trauert um Gerd Kapp. Der langjährige Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes ist am 26. Juni 2019 an den Folgen einer schweren Krankheit verstorben. Er hat „gekämpft, gehofft und doch verloren“. Die Beisetzung fand am 5. Juli 2019 auf Wunsch des Verstorbenen im engsten Familienkreis statt.

Gerd Kapp hat sich seit 1970 über vier Jahrzehnte mit Erfolg für den Berufsstand Presse-Grosso an verantwortungsvoller Stelle eingebracht. Von 1983 bis 2007 war er Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Presse-Grosso. Der 1942 in Engelskirchen im Bergischen Land geborene Diplom -Kaufmann hat den Einsatz für Pressevielfalt und Vertriebsneutralität zu seiner Lebensaufgabe gemacht. Für seine herausragenden Verdienste für den Berufsstand und das deutsche Pressevertriebssystem, u.a. bei der Erschließung des Ost-Grosso, wurde Gerd Kapp 2010 mit der Ehrennadel

des Bundesverbandes Presse-Grosso ausgezeichnet. In der 2007 im Presse Fachverlag erschienenen Festschrift „Stratege - Diplomat - Mahner“, bezeugten Persönlichkeiten aus Verlagen, Politik, Verbänden sowie Weggefährten ihre aufrichtige Wertschätzung gegenüber Gerd Kapp und seiner Lebensleistung.

Auch nach seinem Ausscheiden aus der Verbandstätigkeit interessierte sich Gerd Kapp für die Belange des Pressegroßhandels und war als Privatier gern gesehener Gast in der Kölner Verbandsgeschäftsstelle.

Wir sind fassungslos und trauern um einen besonderen Menschen, der den Berufsstand und den Bundesverband über viele Jahre erfolgreich mitgestaltet und mitgeprägt hat. Wir verlieren einen lieben, humorvollen und bescheidenen Menschen sowie wertgeschätzten Gesprächspartner. Gesund und voller Tatendrang – so wie wir ihn über viele Jahre erlebt haben, behalten wir Gerd Kapp in dankbarer Erinnerung.



**ORDENTLICHE HAUPTVERSAMMLUNG
BUNDESVERBAND PRESSE-GROSSO**

Grosso-Vorstand für weitere zwei Jahre im Amt bestätigt

Die Mitglieder des Bundesverbandes Presse-Grosso sprachen dem amtierenden Verbandsvorstand bei der Ordentlichen Hauptversammlung am 2. April in Köln für weitere zwei Jahre das Vertrauen aus. Die Unternehmer Frank Nolte (1. Vorsitzender), Vincent Nolte (2. Vorsitzender) und Jan Carlsen (Vorstand Betriebswirtschaft) wurden jeweils mit großer Mehrheit im Amt bestätigt.

Die Mitgliederversammlung folgte dem von den Regionalvorständen und Stellvertretern vorgelegten Wahlvorschlag. Frank Nolte verantwortet weiterhin die strategische Leitung des Marketings, und Vincent Nolte bleibt für die strategische Leitung der Marktanalyse zuständig.

Der Vorstandsvorsitzende Frank Nolte bedankte sich im Namen seiner Vorstandskollegen bei den Mitgliedern für das Vertrauen: „Die breite Zustimmung der Kollegen zeigt den großen Zusammenhalt in unserer Unternehmergemeinschaft. Wir sind ein eingespieltes

Team und weiter hoch motiviert. Mit diesem starken Mandat werden wir die Neuausrichtung im Presse-Grosso konsequent und selbstbewusst fortsetzen. Der Berufsstand ist mit dem Dreiklang aus Konsolidierung im Kerngeschäft, Ausbau der Zusammenarbeit mit Schlüsselkunden und der Perspektive auf Wachstumsmärkte auf dem richtigen Weg in die Zukunft.“

„Der Vorstand hat unser volles Vertrauen und kann sich auf die tatkräftige Unterstützung der Mitglieder verlassen“, erklärte der Wahlleiter Dr. Jörg Lütkemeyer. „Mit Hilfe der sich ehrenamtlich für den Verband einsetzenden Kollegen und dem kompetenten Team in der Verbandsgeschäftsstelle werden die Interessen des Berufsstandes kraftvoll vertreten.“

Die Vorstandswahlen erfolgten satzungsgemäß im Rahmen der Ordentlichen Hauptversammlung des Bundesverbandes Presse-Grosso am 2. April 2019 in Köln. Der Verbandsvorstand wird für die Dauer von zwei

Jahren in direkter Wahl gewählt. Stimmberechtigt sind alle Mitgliedsunternehmen. Auf Antrag von Ulrich Stemmler hatte die Hauptversammlung zuvor dem Vorstand Entlastung für das Geschäftsjahr 2018 erteilt.

„Die breite Zustimmung der Kollegen zeigt den großen Zusammenhalt in unserer Unternehmergemeinschaft“

Der wiedergewählte Vorstand des Bundesverbandes Presse-Grosso:
Jan Carlsen, Frank Nolte, Vincent Nolte (v.li.n.re.)



Presse-Grossisten gründen Gesamtverband

Zur Gründungsveranstaltung trafen sich
die Grossisten im ‚Bauwerk‘ in Köln



„Vereinte Interessenvertretung ist historische Chance für den Pressegroßhandel“

Frank Nolte

Die deutschen Pressegroßhändler haben am 22. Mai 2019 in Köln den Gesamtverband Pressegroßhandel gegründet. Der Gesamtverband vereint die selbstständigen Presse-Grossisten und die Presse-Grossisten, an denen Verlage beteiligt sind. Zum Gründungsvorstand wählten die Teilnehmer der Versammlung Frank Nolte, Süddeutsche Zeitungszentrale, Stuttgart, Vincent Nolte, Presse-service Nord, Bremen, Jan Carlsen, Grossunion Nord, Hannover, und Felix Wahlich, Cottbusser Presse Vertrieb, Cottbus.

„Heute beginnt ein neues Kapitel in der Geschichte des Pressegroßhandels“, erklärte Frank Nolte. „Im Gesamtverband führen wir 100 Prozent des Grosso-Inlandsmarktes zusammen. Dies ist eine historische Chance, mit vereinten Kräften die Position des Pressegroßhandels im Wandel zu untermauern. Vor uns liegt eine vielversprechende Zukunft, wenn wir das Printgeschäft stärken, Aufgaben zentral organisieren und offen für neue Ideen sind“, so Nolte.

Der Gesamtverband tritt für einen diskriminierungsfreien Vertrieb von Zeitungs- und Zeitschriften-sortimenten ein und leistet somit einen wesentlichen im öffentlichen Interesse stehenden Beitrag zur Pressefreiheit und –vielfalt. Zu seinen Kernaufgaben zählen praxisnahe

Services im Bereich Marketing, Key Accounting und Datenmanagement sowie klassische Verbandsfunktionen wie Public Affairs, Öffentlichkeitsarbeit und Recht.

Der Gesamtverband positioniert sich als eine starke Vereinigung, die den Zweck verfolgt, die Leistungskraft und Wirtschaftlichkeit seiner Mitglieder zu verbessern, um das als vorbildlich geltende deutsche Presse-Vertriebssystem im Medienwandel zu behaupten. Er unterstützt seine Mitglieder beim Auf- und Ausbau neuer Geschäftsfelder.

Aufgrund seiner Mitgliederstruktur führt der Gesamtverband keine Verhandlungen über Konditionen. Er beauftragt mit der Anbahnung und dem Abschluss von Branchenvereinbarungen den BVPG, der als Vereinigung i.S.d. § 30 Abs. 2a GWB wettbewerbsrechtlich legitimiert ist.

Der Gründungsversammlung gingen zielgerichtete Beratungen im Bundesverband Presse-Grosso e.V. und der Arbeitsgemeinschaft Pressevertrieb (APV) sowie zwischen beiden Organisationen in dem Zeitraum von Mai 2018 bis Mai 2019 voraus. Der nun errichtete Gesamtverband Pressegroßhandel ist ein Verein bürgerlichen Rechts. Er wird nach Eintragung im Vereinsregister rechtsfähig.



„Doppelte Premiere“ für Gesamtverband Pressegroßhandel

GROSSO-JAHRESTAGUNG 2019 IN WIESBADEN

Von einer „doppelten Premiere“ sprach Präsident Frank Nolte zum Auftakt der Grosso-Jahrestagung: Der neue Gesamtverband ist erstmals Gastgeber der traditionsreichen Veranstaltung, und neuer Veranstaltungsort ist am 17. und 18. September die hessische Landeshauptstadt Wiesbaden.

Der Gesamtverband ist aus dem Zusammenschluss der Grosso-Unternehmen ohne Verlagsbeteiligung und der Grosso-Unternehmen mit Verlagsbeteiligung hervorgegangen. Mit seiner Gründung sei die historische Teilung im Pressevertrieb „endgültig Geschichte“, sagte Nolte: „Wir schlagen ein neues Kapitel des Pressegroßhandels in Deutschland auf.“ Der neue Verband repräsentiere 100 Prozent des Grosso-Inlandsmarkts. Nolte nannte das ein „traumhaftes Ergebnis“.

Der Verbandspräsident begründete die Fusion und den Wechsel der Tagung nach Wiesbaden auch mit den Anforderungen an die „sich immer weiter durchmischende und konsolidierende Grosso-Branche“. Unternehmen mit und ohne Verlagsbeteiligung müssten die Aufgaben

und Herausforderungen der Zukunft gemeinsam angehen.

Nolte machte deutlich, dass die Rahmenbedingungen dafür anspruchsvoll blieben: Der Vertrieb über das Grosso werde wahrscheinlich in den nächsten Jahren wieder



Präsident Frank Nolte eröffnete die Grosso-Jahrestagung 2019



Bürgermeister Dr. Oliver Franz begrüßte die Gäste in Wiesbaden



Dr. Thomas Schäfer, Hessischer Minister der Finanzen, forderte die Entlastung der Wirtschaft

teurer werden, wenn das bewährte Vertriebssystem auf Kurs gehalten werden solle. Spekulationen über die reine Anzahl der Grosso-Gebiete und ihre Gesellschaftsstruktur erteilte Nolte in diesem Zusammenhang eine Absage: „Wichtig wird sein, dass der Prozess fair und frei von Einflussnahme Dritter stattfindet. Dass er wirtschaftlich erfolgreich ist und das System und dessen Errungenschaften stabilisiert. Und dass alle Regionen und Unternehmen eingebunden werden.“

Der neue Gesamtverband Presse-großhandel soll seinem Präsidenten zufolge klassische Verbandsfunktionen wie Public Affairs, PR und Recht sowie das Mandat für viele marktnahe Dienstleistungen wahrnehmen. „Die Herausforderung der Zukunft liegt darin, Presse attraktiv für Käufer und Händler zu halten. Dabei steht unser Sortiment im

harten Wettbewerb mit anderen Markenartikeln und unter strenger Beobachtung.“

Nolte ging auch auf eine Beschwerde des Arbeitskreises Mittelständischer Verlage (AMV) beim Bundeskartellamt ein, die sich gegen die von Grosso-Verband und Verlagsallianz vereinbarte Mindestumsatzregelung richtet: Er bezeichnete die Beschwerde als „Bärendienst“ für die Branche und den AMV selbst, stellte aber klar, dass die Regelung keinesfalls schon vom Bundeskartellamt kassiert worden sei. Das Amt habe lediglich „Bedenken“ formuliert, sie nach Auffassung des Grosso-Verbands aber „nicht nachvollziehbar begründet. „Wir haben zur Klärung der Datenlage und zum besseren gegenseitigen Verständnis um ein weiteres Gespräch in Bonn gebeten, was zeitnah nach unserer Tagung stattfinden wird“, kündigte Nolte an.

Nolte appellierte an alle Marktpartner, die Pressefreiheit immer wieder gegen Angriffe zu verteidigen. „Aus meiner Sicht unterstreicht die aktuelle Debatte um Fake-News oder Wahlbeeinflussungen durch elektronische Kommunikation die hohe Glaubwürdigkeit und Absenderqualitäten gerade der Printmedien.“

Daran knüpfte Volker Breid, COO der Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, an. Die Zeitung plane aus Anlass ihres 70-jährigen Bestehens im Herbst eine Marketingkampagne und wirbt mit dem Claim „Freiheit beginnt im Kopf“ für sich. Breid wies darauf hin, dass Print trotz des Aufbaus digitaler Kanäle für die Zeitung der „umsatzstärkste Vertriebskanal“ sei. Mit einem Print-Nutzer verdiene sie pro Monat 17 Mal so viel wie mit einem Digital-Nutzer. Breid erbat sich insbesondere Ideen und Unterstützung der Grossisten bei der

Zustellung der gedruckten Zeitung am Sonntag, weil dieser Markt immer schwieriger werde.

Carolin Hülshoff-Pol, Verlagsleiterin der Bild-Gruppe, sprach sich bei der Grosso-Jahrestagung gegen Szenarios aus, wonach die Zahl der Presseverkaufsstellen und der Verkaufstage in den kommenden Jahren deutlich reduziert werden sollte. Eine maximale Zahl von Verkaufsstellen müsse vielmehr das Ziel sein. Als Einzelverkaufszeitung sei Bild zudem auf sieben Verkaufstage pro Woche angewiesen. Den Einstieg des Finanzinvestors KKR bei der Axel Springer SE wertete die Verlagsmanagerin als „totales Commitment zu den Marken Bild und Welt“.

Auch Dr. Thomas Schäfer, Hessischer Minister der Finanzen, sprach in Wiesbaden zu den Teilnehmern der Tagung. Er warnte davor, dass angesichts der Fixierung der öffentlichen Diskussionen auf den Klimawandel andere nicht minder wichtige politische Debatten in den Hintergrund gerieten. Schäfer forderte insbesondere, die Wirtschaft zu entlasten und Diskussionen über die Schuldenbremse zu beenden: „Wir haben kein Investitionsproblem im Sinne von fehlendem Budget, unsere Bauindustrie ist ausgelastet bis zur Hutschnur“, sagte der hessische Minister. Eine weitere Herausforderung sei die Rolle Europas in der Welt. Der Kontinent drohe gegenüber den USA und China ins Hintertreffen zu

geraten und zum „Befehlsempfänger aus zwei Himmelsrichtungen“ zu werden. Den Ausschluss von Journalisten von einer Pressekonferenz der chinesischen Botschaft in Berlin, kritisierte Schäfer in diesem Zusammenhang scharf: „Wehret den Anfängen!“

Die Grosso-Jahrestagung hat zuvor 60 Jahre in Baden-Baden stattgefunden. Dr. Oliver Franz, als Bürgermeister und Wirtschaftsdezernent der Stadt Wiesbaden neuer Gastgeber der Grossisten, nannte die Entscheidung, in den RheinMain CongressCenter nach Wiesbaden zu wechseln, in seinem Grußwort an die Teilnehmer des Kongresses „historisch“.



Volker Breid, COO FAZ, kündigte eine Marketingkampagne zum 70-jährigen Jubiläum der FAZ an

„Die Lügenpresse-Hybris ebbt ab“

Bei der Grosso-Jahrestagung des Gesamtverbandes Pressegroßhandel in Wiesbaden sprachen Chefredakteure und Top-Journalisten darüber, wie sie das Vertrauen der Leser gewonnen oder zurückgewonnen haben.

Das Verhältnis zwischen Medien und ihren Lesern oder Zuschauern hat sich wieder verbessert. Und es gibt auf Seiten der Medien viele Ideen und Initiativen, es weiter zu verbessern. Das ist die Quintessenz einer hochkarätig besetzten Runde aus Chefredakteuren und führenden Journalisten, die am 17. September bei der Grosso-Jahrestagung in Wiesbaden über „Agenda-Setting im Zeitalter von Algorithmen und Influencern“ diskutierten. Moderiert wurde die Diskussion vom Journalisten und Fernsehmoderator Claus Strunz.

Stern-Chefredakteur Florian Gless kritisierte, dass insbesondere Politikjournalisten die Neigung hätten, für andere Journalisten und nicht für ihre Leser zu schreiben. Er verlange von seinen Redakteuren hingegen, ihre Themen im Leben zu suchen, statt sich bei der Suche danach an anderen Medien zu orientieren. Als positives Beispiel nannte er die Titelgeschichte „Rettet die Medizin!“

seines Magazins, die sich gegen „das Diktat der Ökonomie an unseren Krankenhäusern“ ausspricht. Eine Vertrauenskrise habe es im Verhältnis zwischen Medien und Öffentlichkeit aber ohnehin nicht gegeben, so der Stern-Chefredakteur, allenfalls ein „gestörtes Verhältnis“.

„Die Leute reagieren allergisch, wenn sie den Eindruck haben, sie werden gebrainwashed“, sagte Jörg Quoos, Chefredakteur der Funke Zentralredaktion. „Sie wollen nicht irgendwohin gelenkt werden.“ Er gestand Fehler in der Berichterstattung deutscher Medien ein, wies aber die These zurück, sie seien zu regierungsnah. Quoos riet Medienmachern dazu, sich auf die Aufgabe des Agenda-Settings zu konzentrieren, statt nur auf digitale Tools zur Nutzeranalyse zu setzen. „Wir machen uns viele Gedanken über ideale Ausspielkanäle für unsere Inhalte, aber manchmal haben wir gar keine große Geschichte dafür“, sagte der Chefredakteur. Print bleibe dafür ein

„relevanter Markt“: „Ich glaube nicht an Digital als einzigen Heilsbringer.“

Transparenz sei im Verhältnis zu kritischen Lesern das „Zauberwort“, sagte Carsten Knop, Chefredakteur digitale Produkte der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ). Daher erkläre seine Zeitung zum Beispiel im Netz detailliert, wie sie arbeite und sich finanziere. Knop lobte das Herausgebersystem der FAZ, weil es dazu führe, dass die Leser ein weites Spektrum zum Teil divergierender Auffassungen in ihren verschiedenen Ressorts fänden. Auch die Einführung kostenpflichtiger Inhalte im Internet mache den Journalismus besser, weil die Leser nur durch hochwertige Beiträge zum Bezahlen animiert werden könnten: „Clickbaiting ist out“, sagte Knop. „Sobald Sie eine Bezahlschranke haben, wird die Qualität besser.“

Franca Lehfeldt, Politikreporterin im RTL- und n-tv-Hauptstadtstudio, berichtete von ihren Anstrengungen, über Politik nahbar und jenseits



festgefahrener Anlässe zu berichten. „Ich überlege bei jedem Beitrag, wo er die Lebenswelt der Zuschauer trifft, insbesondere die der Jüngeren“, sagte die TV-Journalistin. So führte sie etwa ein Interview mit der CDU-Vorsitzenden Annegret Kramp-Karrenbauer in deren Lieblingscafé.

„Die Lügenpresse-Hybris ebbt ab“, analysierte der Medienunternehmer und Journalist Oliver Wurm. Das Vertrauen in Tageszeitungen und den öffentlich-rechtlichen Rundfunk

sei nach wie vor groß. Wurm riet seinen Kollegen, nicht jeden medienkritischen Tweet ernst zu nehmen. „Vielleicht hat ihn jemand abgesetzt, der frustriert im Stau steht.“ Er selbst twitterte weniger und nehme sich mehr Zeit für jeden einzelnen Tweet, um keine Falschmeldungen zu verbreiten.

Wurm gab den Teilnehmern der Grosso-Jahrestagung in Wiesbaden auch Einblicke in die Entstehungs- und Erfolgsgeschichte eines Projekts, das die fortbestehende Kraft von Print zeigt. Ihm gelang es, einen frei

zugänglichen, kostenlosen Text als Zeitschrift zum Preis von zehn Euro mehr als hunderttausend Mal zu verkaufen: Er hat die bundesdeutsche Verfassung in einer optisch wuchtigen und modern layouteten Form als Das Grundgesetz als Magazin an den Kiosk gebracht. „Das ist auch Ihr Erfolg“, sagte er in Wiesbaden an die Adresse der Grossisten und Marktpartner. Wurm riet seinen Zuhörern, sich von Rückschlägen und Hindernissen nicht entmutigen zu lassen: „Auf die Schnauze fallen, ist auch eine Vorwärtsbewegung.“





Der Medienmacher will sein Grundgesetz-Magazin jetzt „vom Bestseller zum Dauerseller“ machen. So plant er, es mit Hilfe regionaler Tageszeitungsverlage gezielt in bestimmten Gebieten zu verbreiten. „Wir werden neue Impulse setzen“, versprach er.

Die Kunst- und Architekturschule Bauhaus feiert 2019 ihren 100. Geburtstag. Patrick Rössler, Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Erfurt, zeigte in Wiesbaden, welchen Einfluss sie

auch auf Zeitschriften hatte: Ihre neue Typographie hat das Grafikdesign geprägt, und einige Vertreter wurden zu wegweisenden Gestaltern von Illustrierten, etwa in den 1920er-Jahren bei der ersten deutschen Ausgabe der Modezeitschrift Vogue.

Print und Genuss passen gut zusammen: Das veranschaulichte bei der Grosso-Jahrestagung der Wiesbadener Verleger und Weinkenner Ralf Frenzel, der unter anderem Kochbücher und Weinmagazine

herausgibt. Er forderte die Verleger von Zeitungen und Zeitschriften dazu auf, sich nicht vor anderen Mediengattungen zu verstecken: „Die Schlacht mit TV ist noch nicht geschlagen.“ Er selbst habe gerade eine Unternehmensgruppe davon überzeugt, ihr Werbebudget vom Fernsehen zu seinen Medien zu verlagern.



GROSSO-VERBANDSPRÄSIDENT FRANK NOLTE:

„Machen wir weiter mit dem Wandel“

Am 18. September 2019 kamen die Mitglieder des Gesamtverbandes Pressegroßhandel zur ersten Versammlung nach der Gründung im Frühjahr 2019 zusammen. Verbandspräsident Frank Nolte zeigte sich erfreut, dass der Gesamtverband die formalen und organisatorischen Voraussetzungen für die Aufnahme seiner Arbeit früher als geplant geschaffen hat. „Unsere Jahrestagung bietet eine ideale Plattform für den operativen Start des Gesamtverbandes. Nun können wir die Sachthemen mit vereinten Kräften in der Praxis vorantreiben“, erklärte Nolte zur Eröffnung der Mitgliederversammlung im Rahmen der Grosso-Jahrestagung, die erstmals im neuen RheinMain CongressCenter in der hessischen Landeshauptstadt Wiesbaden stattfand. Die Grosso-Unternehmen hätten die historische Chance, unter einem Dach zusammenzuwachsen. Der Gesamtverband sei gerüstet, um die gesamte Branche nun auch formal zu repräsentieren. Nolte stellte die zur Bewältigung der satzungsgemäßen Aufgaben erforderlichen organisatorischen Maßnahmen vor, die der Verband bereits

umgesetzt habe. Dazu zähle die Einsetzung einer Geschäftsführung und Geschäftsstelle ebenso wie der Aufbau einer schlagkräftigen und möglichst schlanken Gremien-Struktur. Für die Arbeit des Gesamtverbandes sei neben dem kompetenten Hauptamt weiterhin das Know-How aus der Praxis unerlässlich, also „Kolleginnen und Kollegen, die das fachliche Rüstzeug und Freude an der Mitarbeit mitbringen“. Nolte erläuterte seine Vision des Presse-Grosso der Zukunft, die darauf abziele, die Funktion des Pressegroßhandels im Wandel zu stärken. Die Pufferfunktion sei der General-schlüssel für die Zukunft des Berufsstandes. Die Unternehmen und der Verband stünden mitten in einem umfassenden Prozess der Transformation des Pressegroßhandels. „Der Dreiklang aus restrukturieren, revitalisieren und erneuern ist die Maxime unseres Handelns. Wenn wir alle Dimensionen angehen, dann sehen wir einer hoffnungsvollen Zukunft entgegen“, so Nolte. Er appellierte abschließend: „Machen wir weiter mit dem Wandel.“

Sein Vorstandskollege Jan Carl- sen berichtete anknüpfend an die herausfordernde Entwicklung der Absatz- und Umsatzzahlen im Kerngeschäft mit Zeitungen und Zeitschriften. Zwar habe sich der Rückgang im ersten Halbjahr 2019 leicht abgeschwächt, allerdings könne von einer Entlastung oder gar Entwarnung keine Rede sein. Auch die Prognose für das zweite Halbjahr falle nicht besser aus – zumal in diesem Jahr nicht mit vergleichbaren Zusatzerlösen aus Non-Press-Geschäften wie zur Fußball-WM 2018 zu rechnen sei.

Norbert Wallrafen gab erstmals in seiner Funktion als Leiter Key Accounting einen Bericht über die Aktivitäten der „Großkundenbetreuung 2019/2020“. Er veranschaulichte, dass die Bedeutung der Großkunden im filialisierten Handel weiter steige. Dies betreffe die Anzahl der betreuten Großkunden und mehr noch deren Umsatzanteile. „Im Segment Großkunden werden mehr als 66 Prozent Umsatzanteil betreut. Alleine die Top 20 des Presseverkaufs generieren ca. 57 Prozent

Der Vorstand des Gesamtverbandes
Pressegroßhandel:
Felix Wahlich, Vincent Nolte,
Frank Nolte, Jan Carlsen (v.li.n.re.)

HERZLICH WILLKOMMEN ZUR GROSSO-JAHRESTAGUNG 2019



Presse-Grosso
Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V.



PGM
Presse-Grosso Marketing GmbH



Umsatz-Marktanteil“, so Wallrafen. Besonders bedeutsam seien die LEH-Sparten Supermärkte, Großformen des Einzelhandels und Discounter – aber auch die zumindest teilweise filialisierten Fachgeschäfte zählten zu den Hauptumsatzträgern. Wallrafen kündigte das Ziel an, die über Jahre hinweg gewachsenen Kontakte im Interesse aller Marktpartner weiter zu pflegen und dort, wo möglich, auszubauen. Die Praxis zeige, dass der hierzu erforderliche Support und die konzeptionellen Arbeiten in der koordinierenden Geschäftsstelle immer komplexer würden und der Ausbau effizienter Prozesse wichtig sei. Neben der Pflege der Bestands-

kunden stehe auch die gezielte Ansprache weiterer Vertriebslinien, die Presse noch nicht im Sortiment führten, auf der Agenda. Wallrafen dankte allen Großkundenbetreuern für ihr exzellentes Engagement. PVG-Geschäftsleiter Udo Schlaghecken informierte aus der Praxis der Zusammenarbeit mit den Discountern. Der Handelsexperte ging dabei auch auf den Vertriebstest mit ALDI Süd ein. Das Unternehmen mit rund zwei Tausend Verkaufsstellen ist der letzte große Discounter, der noch keine Presse führt. Die involvierten Verbände und Verlage würden konstruktiv mit den zuständigen operativen und leitenden Ebenen des Discounters zusam-

menarbeiten, um den Test möglichst positiv zu gestalten.

Vorstandsmitglied Vincent Nolte berichtete über die positiven Ergebnisse des in 2018 durchgeführten zwölfmonatigen Praxistests zur Vermeidung von Sofort- und Frühremissionen für mehr Verkaufschancen im presseführenden Einzelhandel. „Es ist erfreulich, dass die gemeinsame Task Force des Grosso-Verbandes und des Zeitschriftenverleger-Verbandes übereinstimmend empfiehlt, die im Praxistest erprobten Verfahrensweisen bei der Disposition anhand der Sollremissionsvorgaben nach und nach in allen Vertriebs-



„Nun können wir Sachthemen mit vereinten Kräften in der Praxis vorantreiben“

gebieten umzusetzen.“ Ein Vertriebscontrolling solle begleitend implementiert werden, um allen Beteiligten mehr Sicherheit in Bezug auf die Wirkungen im Markt zu vermitteln.

Marktanalyse-Referent Sebastian Metzmacher berichtete über die Arbeiten an einem zeitgemäßen Benchmarksystem auf Grosso-/Filiargebietsebene, das die bisherigen VDZ-Grosso-Gebietscluster, die aufgrund der fortschreitenden Konzentration des Pressegroßhandels ab sofort nicht mehr eingesetzt werden können, ersetzen soll. Das neue Benchmarksystem berücksich-

tigt die Lokalmarktclusterstrukturen im jeweiligen Vertriebsgebiet. Der stramme Projektplan sehe im nächsten Schritt die Implementierung der Benchmark-Kennziffern im PDWH und der PDWH-Schnittstelle sowie die Anpassung der Standardreports vor. Nach Anpassung der Schnittstellen und Abstimmung mit den EDV-Kooperationen sei im ersten Quartal 2020 ein Test vorgesehen. Metzmacher informierte ferner über die Neuprogrammierung des Systems für den Bundeseinheitlichen Artikelstamm. „Alle konzeptionellen Überlegungen zur Neuprogrammierung des BAS-Pflegetools und der BAS-Prozesse zielen auf eine weitere Verbesserung der guten Stammdatenqualität und Steigerung der Effizienz ab“. Abschließend machte Metzmacher auf die anstehende Erhebung der Jahres-EHASTRA 2019 aufmerksam und informierte über die damit einhergehenden Arbeiten für die Unternehmen und den Verband.

Der Bericht der Geschäftsführung sowie Fachvorträge zu den Themen Verkaufsförderung und Logistik erfolgten im Rahmen des anschließenden Vertriebsforums am Nachmittag des 18. September 2019.

Die Mitgliederversammlung gedachte dem langjährigen Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Presse-Grosso, Gerd Kapp, der am 26. Juni 2019 an den Folgen einer schweren Krankheit verstorben war.



1. Mitgliederversammlung nach der Gründung des neuen Verbandes

GROSSO-VERTRIEBSFORUM 2019:

Neue Impulse für das Vertriebsmarketing

Grosso-Präsident Frank Nolte eröffnete am Nachmittag des 18. September im RMCC in Wiesbaden das Vertriebsforum des Gesamtverbandes Pressegroßhandel. Er gab einen Überblick über aktuelle Initiativen zur Marktbearbeitung und neue Ideen für dringend erforderliche Zusatzgeschäfte. Im Anschluss führten die Mitglieder einen intensiven Erfahrungs- und Informationsaustausch über aktuelle Projekte zur Öffnung der Grosso-Logistik für weitere Partner und Produkte anhand von Beispielen aus der Praxis durch. Das Thema bleibt auf der Agenda des Gesamtverbandes. Der Dialog soll bereits auf einem Workshop am 5. November in Berlin fortgeführt werden.

Verbandsgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht berichtete über die bis Ende des Jahres anstehenden Arbeiten zum operativen Start des Gesamtverbandes. Er erläuterte die moderne Anmutung der Corporate Identity des Gesamtverbandes. Ferner ging Albrecht auf die aktuelle Debatte um Klimaschutz

und Wirtschaftlichkeit ein. Die Grosso-Auslieferungsfahrzeuge benötigten freie Fahrt in die Innenstädte. Ferner belastete eine Verteuerung des Mineralöls oder eine CO₂-Steuer die Kalkulation des Pressegroßhandels, der seinen Versorgungsauftrag wahrnehmen können müsse und nicht zusätzlich belastet werden dürfe. Albrecht berichtete abschließend, dass der Verband mit dem VDZ und der Stiftung Lesen einen neuen Rahmenvertrag für die Fortführung der Initiative Zeitschriften in die Schulen abgeschlossen habe. „Wir erreichen jedes Jahr 235.000 Schülerinnen und Schüler, die zum Teil erstmalig mit Zeitschriften in Berührung kommen“, so Albrecht. Er dankte allen Grossisten und der Projektgruppe für das Engagement.

PGM-Geschäftsführer Elmar Mathews stellte verschiedene Marketingprojekte vor, etwa die erfolgreich abgeschlossene Migration der Elektronischen Rechnung für den Einzelhandel auf neue Serverinfrastruktur, die Planungen für ein Daten-Clearing-Projekt zur Validierung

von Presse-Gutscheinen und die Entwicklung von MYKIOSK.com. MYKIOSK.com entwickelt sich mit über 500.000 Unique Usern nach wie vor auf stabilem Niveau, was auch Kooperationspartner wie die Verlags-Union überzeugt: Gemeinsam wurde eine Rubrik für internationale Zeitschriften als Werbepattform geschaffen. Kombiniert wird dies mit einer Bannerwerbung des Nationalvertriebes im Zeitraum September und Oktober. Mathews verdeutlicht, dass aktuelle Arbeits-Schwerpunkte im Controlling für das Key-Account sowie die Verkaufsförderung von Presse liegen. Discountzusatzvermarktung, über Bodendisplays sowie im Zuge spezieller Aktionen erzielen wertvolle Umsätze. Das Ressort Marketing und die Presse-Grosso Marketing GmbH decken ein breites Leistungsportfolio ab; die Projekte stiften einen Nutzen für die Presse-Vielfalt und fördern die Effizienz des Presse-Vertriebes.

PVG-Geschäftsleiter und Großkundenbetreuer Udo Schlaghecken zeigte in seinem Impulse-Vortrag



Hauptgeschäftsführer Kai-C. Albrecht berichtete über den operativen Start des Gesamtverbandes

die Potentiale von Verkaufsförderungsaktionen mit Boden-Displays im LEH und bei Discontern auf. Er ging dabei auch auf wachsende Anforderungen ein, die in Einklang gebracht werden müssen mit den betrieblichen und organisatorischen Voraussetzungen. Mitunter erfolgten mehrere Aktionen gleichzeitig. Daher strebe die Großkundenbetreuung die Erstellung eines Jahreskalenders für 2020 an. Es folgte ein reger Austausch der Mitglieder zu der Thematik.

Abschließend berichtete Gastredner Marcelo Crescenti, Chefredakteur der Rundschau für den Lebensmittelhandel, über den Einzelhandels-Wettbewerb Deutschlands bestes Presse-Regal. Seit inzwischen 5

Jahren vermittelt der Preis, bei dem sich der Presse-Grosso-Verband als Sponsor und Jurymitglied beteiligt, Motivation und Engagement für noch bessere Präsentationsflächen im Einzelhandel. Mit dem Wettbewerb prämiert die Rundschau für den Lebensmittelhandel jährlich Märkte mit einzigartigen Sortimentsleistungen, besonderen Vermarktungskonzepten, werthaltiger Verkaufsstrategien und kreativer Flächenkonzepte für Presse. Beteiligte Sponsoren sind diverse Partner aus Industrie, Wissenschaft und Verlagswesen sowie auch der Pressegroßhandel. Der Nutzen liegt auf der Hand: Handel und Kooperationspartner beschäftigen sich mit nachhaltigen Pos-Konzepten, mit Wettbewerbsvorteilen und mit

der „Vorbildfunktion“ wertschöpfender und nachhaltiger Warenpräsentationen im wechselseitigen Eigeninteresse. „Konzepte, die funktionieren werden ausgezeichnet, Best-Practice-Beispiele für alle“, berichtete Herr Crescenti. Die Aktion sei eine Erfolgsgeschichte und einer der bedeutsamsten Preise für sein Fachmagazin.“

Fachausstellung, Business Lunch und Weinprobe

Business Lunch von der ZEIT

Im Rahmen der Grosso-Tagung hatte der ZEIT-Verlag am 17. September 2019 in Wiesbaden zum Business Lunch eingeladen.

Christiane Paßers, Leiterin Vertrieb, und Andreas Lebert, Chefredakteur ZEIT Wissen stellten den Gästen das neue Streit-Ressort der ZEIT mit einem Zitat des früheren ZEIT-Herausgebers Helmut Schmidt vor: „Eine Demokratie, in der nicht gestritten wird, ist keine.“ Das neue Ressort soll die Debattenkultur der Leser anregen und aktuelle Themen zur Diskussion stellen. Mit einer verkauften Auflage von 500.909 Exemplaren behauptet sich DIE ZEIT weiter an der Spitze Deutschlands. „Dies ist möglich durch Ihre hervorragende Vertriebsarbeit und durch Ihr besonderes Engagement“ bedankte sich der ZEIT-Verlag bei allen Grosso-Unternehmen.

Business Lunch von FAZ Frankfurter Allgemeine Zeitung

Zusammen mit dem Deutschen Grundgesetz feiert die FAZ Frankfurter Allgemeine Zeitung in diesem Jahr den 70. Geburtstag. Aus diesem Anlass luden Dr. Volker Bredt, COO

Frankfurter Allgemeine Zeitung und FAZ Vertriebschef, Stefan Buhr, während der Grosso-Jahrestagung zum Business Lunch am 18. September 2019 ein. Die FAZ bedankte sich mit dieser kleinen Geburtstagsfeier bei den Grossisten für ihren Einsatz und ihre Verbundenheit mit typisch Frankfurter Spezialitäten.

Die glorreichen Sieben – Spitzenweine aus dem Rheingau

Der Verleger Ralf Frenzel präsentierte den Gästen der Jahrestagung

einige der berühmtesten und besten Weine aus den Weingütern des Rheingaus. „In Wiesbaden haben Genuss und Lebensstil eine jahrhundertalte Geschichte. Es ist daher eine perfekte Wahl, zur Jahrestagung des Bundesverbandes Presse-Grosso in die hessische Landeshauptstadt einzuladen“, so der Herausgeber von FINE – Das Weinmagazin. Bei einer Weinprobe im Anschluss an den öffentlichen Teil der Tagung stellten sieben Weingüter den Gästen ihre besten Weine vor.

Vertriebsleiterin
Ulrike Paßers
stellte das neue
ZEIT-Ressort
„Streit“ vor





Als Dankeschön an die Grossisten sponsorte die FAZ den Business-Snack am Mittwoch



Die Fachausstellung bot Gelegenheit zu individuellen Beratungs- und Informationsgesprächen



„Die glorreichen Sieben“ - Bei einer Weinprobe hatten die Gäste Gelegenheit, Spitzenweine aus dem Rheingau zu testen



Fachaussteller ConceptNet aus Regensburg verwöhnte die Teilnehmer mit einem Begrüßungskaffee: Roland Wurm (li.) und Christian Meier

Fachaussteller

(in alphabetischer Reihenfolge)

Axon Machine Vision GmbH & Co. KG

ConceptNet

Distri Solutions

Gold Key Media

HS News Systems GmbH

Presse Fachverlag

Seeburger

SKM

SMB Schwede Maschinenbau

Strike-Company

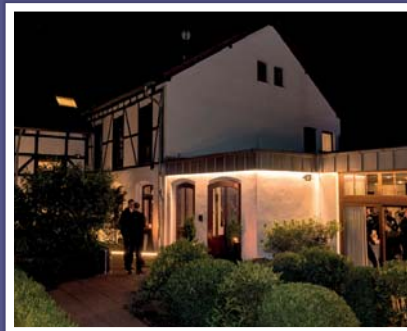
TWI

Grosso-Jahrestagung 2019

GROSSO-TREFF IN DER VILLA IM TAL



Die ehemalige Sommerresidenz von Kaiser Wilhelm II in idyllischer Lage direkt vor den Toren von Wiesbaden war Schauplatz des Grosso-Treffs 2019





Gelungene Premiere:
Der Gesamtverband
Pressegroßhandel sorgt
für gute Stimmung beim
Grosso-Treff



Ulrike Paßers (Zeitverlag Gerd Bucerius) mit
Claus Strunz (MAZ&MORE)



Uwe Seitz (Pressevertrieb Greiser), Silke Lauterbach (Mercura Pressegroßhandel Miefke),
Ronny Sandner (Presse-Grosso Mitte) und Falk Rüdiger-Fröhlich (Presse-Vertrieb Dresden)
(v.li.n.re.)



Kai-Christian Albrecht (Gesamtverband Pressegroßhandel) und
Martin Schuster (NPV) (re.) im angeregten Gespräch



In entspannter Stimmung: Olaf Schneider (QTRADO)



Gleich wird das Buffet eröffnet:
Die Gäste freuen sich auf einen
kurzweiligen Abend und kulinarische
Köstlichkeiten



Fachgespräche in lockerer Atmosphäre



Intensiver Austausch: Reinhard Langner,
(Pressevertrieb Mecklenburg Ost) und
Jochen Gerlach (Presseservice Nord) (re.)



Dr. Eberhard Nolte (Ehrenpräsident BVPG) mit
Beate Wurst (Verbandsgeschäftsstelle Köln)



Lars Peter Klemer und Frank Tschirch, beide vom Presse Vertrieb
Berlin, prosteten Peter Gotthard (Stella Distribution) zu (v.li.n.re.)



Einlasskontrolle mühelos bestanden: Michael Fischer (Sales Impact),
Peter Strahlendorf (Presse Fachverlag), Timo Gruner (SZZ), Frank Neureither
(PG Südwest) und Dr. Martin Raible (Gleiss Lutz) (v.li.n.re.)



Stefan Buhr, Dr. Tobias Fredebeul-Klein (beide FAZ) mit Torsten Bardohn (v.li.n.re.)



Aussteller-Gespräche: Markus Petersam, Torsten Kröber (beide smb Schwede) und Reinhard Pawelzik und Christoph Schirmer (beide Seeburger) (v.li.n.re.)



Jürgen Kieslich (SZZ) mit Corby McLaughlin, Petra Richert und Uwe Reynartz vom MZV (v.li.n.re.)



Ein Selfie zur Erinnerung an eine gelungene Tagung: Frank Nolte (Präsident Gesamtverband Pressegroßhandel) und Claus Strunz (re.)

17./18.
SEPTEMBER
2020

Grosso-Jahrestagung

Die Grosso-Jahrestagung 2020 findet am 17./18. September im RheinMain CongressCenter (RMCC) in Wiesbaden statt.

“Das positive Echo auf unsere Jahrestagung 2019, die erstmals in Wiesbaden stattfand, bestärken uns darin, mit dem Wechsel in die RheinMain-Metropolregion den Nerv der Zeit zu treffen“, meint Hauptgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht. Die gute Lage, die hellen, funktionalen Räumlichkeiten im RMCC sowie die Inhalte und Formate seien gut angenommen worden. Der

Gesamtverband habe sich frisch und modern präsentiert, so der Tenor der ausgewerteten Rückmeldungen.

“Wir haben mit dem RMCC vereinbart, die Grosso-Jahrestagung in den nächsten Jahren in Wiesbaden durchzuführen“, kündigt Albrecht an. Im kommenden Jahr findet der Öffentliche Teil und der abendliche Grosso-Treff am Donnerstag, 17. September und die Mitgliederversammlung des Gesamtverbandes am Freitag, 18. September statt.

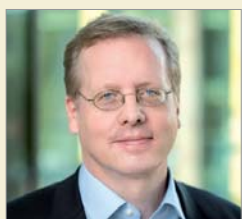


Verbandsgeschäftsstelle



Dienstjubiläum 2019

Damian Wonschinski feierte im Berichtszeitraum sein 20-jähriges Dienstjubiläum. Er nahm seine Tätigkeit für den Bundesverband Presse-Grosso e.V. am 3. Oktober 1999 auf.



Seit dem 1. Dezember 1999 ist **Michael Hoffmann** für den Bundesverband Presse-Grosso tätig. Auch er feierte im Berichtszeitraum sein 20-jähriges Dienstjubiläum.



Fortbildung

Sebastian Metzmaker schloss am 9. November 2019 sein 10-monatiges, berufsbegleitendes Studium zum zertifizierten Data Scientist erfolgreich ab.



Personelle Veränderungen

Norbert Wallrafen verstärkt seit dem 1. Juni 2019 die Großkundenbetreuung des Bundesverbandes Presse-Grosso im Hauptamt. Er übernahm in der Kölner Verbandsgeschäftsstelle die neu geschaffene Funktion des Leiters Key Accounting und Category Management.

Christian Lade und Lore Herbst sind am 31. Oktober 2019 aus der Verbandsgeschäftsstelle ausgeschieden.

Betriebsübergang

Zum 1. Januar 2020 ist der Geschäftsbetrieb vom Bundesverband e.V. auf den Gesamtverband Pressegroßhandel e.V. übergegangen. Die neuen E-Mail-Adressen der Mitarbeiter*innen der Geschäftsstelle des Gesamtverbandes folgen der Systematik: [Kürzel]@gvpg.de.

Vertriebsräume/ Fusionen

Im Geschäftsjahr 2019 kam es aufgrund sehr schwieriger Rahmenbedingungen zu einer noch nie dagewesenen Welle von Unternehmenszusammenschlüssen.

- Die Fusion der Firmen PV Carlsen & Lamich GmbH & Co. KG und Grossounion GmbH & Co. KG zu der Firma Grossounion Nord GmbH & Co. KG wurde am 1. Januar 2019 vollzogen.
- Die Zusammenschlüsse der Firmen Süddeutsche Zeitungszentrale GmbH (SZZ) und KFS Presse-Grosso GmbH & Co. KG zu Süddeutsche Zeitungszentrale GmbH & Co. KG sowie der Firmen Presseservice Nord GmbH & Co. KG und Mölk Pressegrosso Vertriebs GmbH & Co. KG zu Presseservice Nord GmbH & Co. KG fanden ebenfalls jeweils zum 01. Januar 2019 statt.
- PVG Presse-Vertriebs-Gesellschaft KG und Filiale Koblenz der Friedrich J. Keppel GmbH & Co. KG werden PVG Presse-Vertriebs-Gesellschaft KG (01. Januar 2019)
- leverdy GmbH & Co. KG, Wilhelm Schmitz GmbH & Co. KG, PMG Print Medien GmbH & Co. KG und Friedrich J. Keppel GmbH & Co. KG fusionieren zu QTRADO GmbH & Co. KG (April 2019)
- PVG Presse-Vertriebs-Gesellschaft KG und Presse-Grosso Bonn-Rhein-Sieg KG werden zu PVG Presse-Vertriebs-Gesellschaft KG (April 2019)
- PVG Presse-Vertriebs-Gesellschaft KG und Pressevertrieb Saar GmbH & Co. KG werden zu PVG Presse-Vertriebs-Gesellschaft KG (Juni 2019)
- Grossounion Nord GmbH & Co. KG und Hans Küpper, Groß- und Kleinvertrieb von Zeitungen, Zeitschriften, Anzeigen e.K. fusionieren zu Grossounion Nord GmbH & Co. KG (01. Juli 2019)
- Die Firmen Jost GmbH & Co. KG Pressegroßvertrieb und Presse-Schiessl GmbH & Co. KG fusionieren zu Jost GmbH & Co. KG Pressegroßvertrieb (01. Juli 2019)
- Presse-Distributions-Gesellschaft mbH & Co. KG und Grossohaus Salzmann GmbH & Co. KG werden zu Presse-Distributions-Gesellschaft mbH & Co. KG (01. Juli 2019)
- Verlagsgrosso Nord GmbH & Co. KG und Presse-Vertrieb Mecklenburg West GmbH & Co. KG werden zu Verlagsgrosso Nord GmbH & Co. KG (01. September 2019)
- Aachener Medien Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG werden aufgeteilt zu QTRADO GmbH & Co. KG und PVG Presse-Vertriebs-Gesellschaft KG (01. Dezember 2019)
- Presse-Distributions-Gesellschaft mbH & Co. KG und Pressevertrieb Riedel KG fusionieren zu Presse-Distributions-Gesellschaft mbH & Co. KG (01. Januar 2020)
- Presse-Grosso Mitte GmbH & Co. KG, Presse-Grosso Gast GmbH & Co. KG und Pressevertrieb Greiser KG werden zu Presse-Grosso Mitte GmbH & Co. KG (20. Januar 2020)

Medienarbeit und Publikationen

Publikationen

Im Berichtszeitraum hat der Bundesverband Presse-Grosso zahlreiche Publikationen und Grußworte herausgegeben oder an deren Veröffentlichung mitgewirkt. Die nachfolgend aufgeführte Auswahl zeigt das Spektrum der Kommunikationsarbeit des Verbandes:

- GROSSO INTERN, wöchentlicher Informationsdienst für Entscheider in Grosso-Unternehmen, Verlagen und Nationalvertrieben sowie für Dienstleister im Bereich Pressevertrieb, Nr. 1 bis 52/2019
- PRESSE-GROSSO JAHRESCHRONIK 2019
- GESCHÄFTSBERICHT 2018 des Bundesverbandes Presse-Grosso
- 3. Auflage des MARKENLEHRBRIEFES Pressesortiment
- Kooperation mit turi TV

Pressemitteilungen zu branchenrelevanten Ereignissen sowie allgemeinen wirtschaftlichen und politischen Themen des Jahres 2019 und das Pressearchiv sind auf der Homepage des Grosso-Verbandes einzusehen.



Grosso in Zahlen

2019	Insgesamt	West	Ost
Anzahl der Grosso-Firmen 2019	31	19	12
davon ohne Verlagsbeteiligung	23	15	8
davon mit Verlagsbeteiligung	8	4	4
Anzahl Mitgliedsfirmen	31	19	12
Zahl der Grosso- und Filialgebiete	57	43	14
davon Doppelbelieferung	1	1	-
Branchenumsatz 2019			
Umsatz zu Abgabepreisen an den Einzelhandel ohne MWSt. (AGP netto)	1,823 Mrd. € -4,83%	1,522 Mrd. € -5,10%	0,301 Mrd. € -3,44%
davon Presse	1,783 Mrd. € -3,47%	1,490 Mrd. € -3,73%	0,293 Mrd. € -2,13%
Branchenabsatz 2019			
verkaufte Exemplare	1,335 Mrd. Ex. -7,97%	1,082 Mrd. Ex. -8,40%	0,253 Mrd. Ex. -6,04%
davon Presse	1,305 Mrd. Ex. -6,61%	1,057 Mrd. Ex. -6,90%	0,248 Mrd. Ex. -5,32%
Anzahl der belieferten Verkaufsstellen	97.485	80.372	17.113
Bevölkerung	83,378 Mio.	69,504 Mio.	13,874 Mio.
Fläche	357.045 qkm	252.524 qkm	104.521 qkm
Einzelhändler je 1000 Einwohner	1,17	1,16	1,23
Pro Grosso-Firma durchschnittliche(r)			
Umsatz 2019	58,799 Mio. €	80,104 Mio. €	25,067 Mio. €
Verkaufsstellen	3.145	4.230	1.426
Bevölkerung	2.689.625	3.658.121	1.156.174
Fläche	11.518 qkm	13.291 qkm	8.710 qkm
Wochenumsatz pro Verkaufsstelle			
AGP-netto	359,58 €	364,17 €	338,03 €
Copypreis	480,93 €	487,07 €	452,11 €
Jahresumsatz pro Einwohner			
AGP-netto	21,86 €	21,90 €	21,68 €
Copypreis	29,24 €	29,29 €	29,00 €
Durchschnittlicher Netto-Abgabepreis des Presse-Grosso	1,37 €	1,41 €	1,19 €
Remission in Prozent			
mengenmäßig	44,59%	44,86%	43,41%
wertmäßig	52,00%	52,02%	51,90%
Titelanzahl			
Ordersortiment	ca. 6.000		
durchschnittliches Präsenzsoriment	ca. 1.850		

Wirtschaftliche Entwicklung

Das Geschäftsjahr 2019 war im Pressegroßhandel von einem Konzentrationsprozess geprägt, der in der Geschichte des Presse-Grosso bislang einmalig ist. Allein im Jahr 2019 hat sich die Anzahl der Grossofirmen von 43 auf 31 Firmen verringert.

Bereits in den Vorjahren hatte sich das Presse-Grosso flexibel an die rückläufige Marktentwicklung angepasst, so dass seit Ende der 1990er-Jahre ein anhaltender Fusionsprozess die Entwicklung im Pressegroßhandel begleitete.

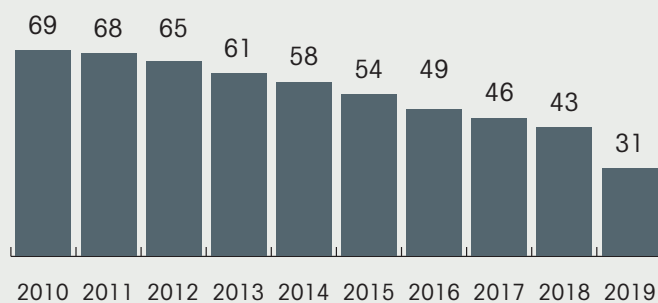
Gegenüber dem Jahr 1993 hat sich die Anzahl der Grosso-Betriebe um 66 Firmen verringert, d.h. zwei Drittel der Grossisten sind in Fusionen aufgegangen oder haben ihren Betrieb verkauft. Das schwierige Marktumfeld forderte von den Grossofirmen im Betrachtungszeitraum tiefgreifende Anpassungen, um den Vertrieb weiterhin auf einem hohen Leistungsniveau zu gewährleisten und zukunftssicher aufzustellen. Der Fusionsprozess stellte dabei

alle Betriebe vor große organisatorische und personelle Herausforderungen, welche erhebliche Vorleistungen und Investitionen erforderten. Erstmals sind im Rahmen des laufenden Fusionsprozesses dabei Firmengrößen von mehr als 200 Millionen Euro Jahresumsatz entstanden.

Hintergrund des voranschreitenden Konzentrationsprozesses ist die anhaltend rückläufige Wirtschaftsentwicklung im Kerngeschäft des Pressegroßhandels, welche aus einem geänderten Mediennutzungsverhalten der Konsumenten resultiert. So ist bereits seit Jahren eine Umschichtung der Zeit- und Geldbudgets von den Printmedien in Richtung der digitalen Medien zu beobachten.

Trotz der rückläufigen Auflagenentwicklung und der damit verbundenen Umwälzungen in der Verlags- und Vertriebsbranche befindet sich der Markt für gedruckte Zeitungen und Zeitschriften in Deutschland nach wie vor auf einem hohen Niveau und bietet ein attraktives, viel-

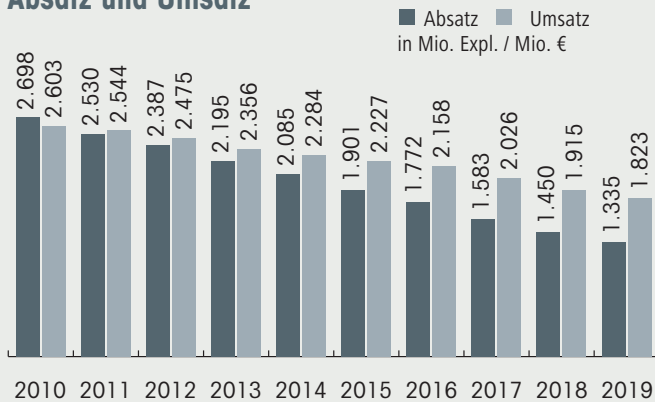
Anzahl Grossisten 2010-2019



Anzahl Grossisten nach Umsatzgrößenklassen 2019

Umsatzgrößenklasse	Gesamt	West	Ost
bis 15 Mio. €	7	2	5
15 bis 25 Mio. €	5	2	3
25 bis 35 Mio. €	5	3	2
35 bis 50 Mio. €	2	1	1
50 bis 100 Mio. €	6	5	1
über 100 Mio. €	6	6	0
Summe	31	19	12

Absatz und Umsatz



schichtiges Sortiment, welches auch im gesellschaftspolitischen Diskurs eine wichtige Funktion ausübt. Der Presse-Großhandel gewährleistet dabei den flächendeckenden und diskriminierungsfreien Vertrieb für alle Zeitungen und Zeitschriften. Und dies überall in Deutschland, in ländlichen oder strukturschwachen Gebieten genauso wie in Ballungszentren und Boomregionen. Über 97.000 Presseverkaufsstellen werden täglich vom Pressegroßhandel mit den aktuellsten Zeitungen und Zeitschriften beliefert. Insgesamt führt der Presse-Großhandel über 6.000 Titel im Sortiment, welches von Nischentiteln mit Kleinstauflagen bis hin zu Megasellern in Millionenaufgabe reicht.

Im Geschäftsjahr 2019 erwirtschaftete der Presse-Großhandel einen Umsatz von insgesamt 1.823 Millionen Euro. Dies entspricht einem Rückgang von 92 Millionen Euro bzw. -4,83 Prozent. Im Kerngeschäft Presse, dem Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften, ging der Umsatz um 65 Millionen Euro auf 1.783 Millionen Euro zurück. Damit erwirtschaftete das Presse-Grosso in seinem Kerngeschäft -3,47 Prozent weniger Umsatz als noch im Vorjahr.

Der Gesamtabsatz ging von 1.450 Millionen auf 1.335 Millionen Exemplare zurück (-7,97 Prozent). Im Kernsegment Presse wurden in 2019 rd. 1.305 Millionen Exemplare Zeitungen und Zeitschriften in Deutschland verkauft. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum ist dies ein Rückgang um 92 Millionen Exemplare bzw. - 6,61 Prozent. Dass sich der Absatzrückgang nicht vollumfänglich in der Umsatz-

entwicklung niederschlug, lag ursächlich in zahlreichen Preiserhöhungen begründet, mit denen Verlage auf die angespannte wirtschaftliche Situation im Vertriebs- und Anzeigenmarkt reagierten. Gleichzeitig zeigte das Pressesortiment auch in 2019 eine hohe Vitalität. Trotz des schwierigen Marktumfeldes und zahlreichen Sortimentsbereinigungen durch Titeleinstellungen wurden von den Verlagen auch in 2019 zahlreiche periodisch erscheinende Neutitel, Sonderpublikationen und Sonderhefte gelauncht. So erschienen im Betrachtungszeitraum über 1.500 Sonderhefte, welche die Inhalte angestammter Zeitschriftenmarken ergänzten und vertieften.

Die regionalen und überregionalen Tageszeitungen tragen nach wie vor einen erheblichen Anteil zum Jahresumsatz des Presse-Großhandels bei. So lag der Anteil in 2019 nahezu unverändert bei rund 30 Prozent. 70 Prozent des Umsatzes entfallen entsprechend auf den Bereich der Zeitschriften, wobei die Frauen- und Unterhaltungszeitschriften mit rund 20 Prozent den größten Umsatzanteil erwirtschafteten. An der zweiten Stelle folgte wie in den Vorjahren das Segment der TV-Programmzeitschriften, welches mit rund 13 Prozent nahezu unverändert auf hohem Niveau lag. Die Jugendzeitschriften folgten mit einem Umsatzanteil von rund 6 Prozent.

Während die Tageszeitungen im Geschäftsjahr 2019 relativ deutlich an Umsatz verloren haben, waren im Zeitschriftenbereich unterschiedliche Entwicklungen zu beobachten. So entwickelten sich die Frauen- und Unterhaltungszeitschriften, die Jugendzeitschriften sowie der Bereich Hobby/Kultur relativ stabil, während das Segment der Computerzeitschriften sowie der Bereich Multimedia/Technik mit -18 bzw. -10 Prozent deutliche Umsatzrückgänge zu verzeichnen hatten.

Chronik 2019

Januar

- Das Jahr 2019 bringt zahlreiche neue Regelungen und Gesetzesänderungen mit sich, etwa im Steuerrecht: Einzweck- und Mehrzweckgutscheine
- Startschuss für Deutschlands bestes Presse-Regal 2019
- PV Carlsen & Lamich GmbH & Co. KG und Grossunion GmbH & Co. KG werden Grossunion Nord GmbH & Co. KG
- Süddeutsche Zeitungszentrale GmbH (SZZ) und KFS Presse-Grosso GmbH & Co. KG fusionieren zu Süddeutsche Zeitungszentrale GmbH & Co. KG
- Fusion von Molk Pressegrosso Vertriebs GmbH & Co. KG mit Presseservice Nord GmbH & Co. KG
- PVG Presse-Vertriebs-Gesellschaft KG und Filiale Koblenz der Friedrich J. Keppel GmbH & Co. KG werden PVG Presse-Vertriebs-Gesellschaft KG
- Deloitte-Studie 2018: Print bleibt stabil
- Pressegroßvertrieb Friedrich J. Keppel trauert um Manfred Keppel
- Strukturanalyse des Presse-Einzelhandels 2018: Presse in mehr als 100.000 Angebotsstellen verfügbar – Pressegroßhandel sichert die flächendeckende Versorgung mit Zeitungen und Zeitschriften
- Hans Küpper Zeitungen und Zeitschriften Großvertrieb trauert um Helmhard Küpper
- IFH-Studie „Vitale Innenstädte“: Deutschlands Innenstädte verpassen erneut knapp die Note 2
- Jürgen Pollmann, Geschäftsführender Gesellschafter SZZ, stirbt im Alter von 76 Jahren

Februar

- Vorschau: Grosso-Jahrestagung am 17./18. September 2019 in der hessischen Landeshauptstadt Wiesbaden
- Neue Onlinemarktplätze wecken Interesse deutscher Konsumenten
- Tegut und Presse-Grosso starten Endverbraucher-Aktion zum 70ten Geburtstag des Grundgesetzes
- Erneutes Umsatzplus bei Qualitätsoffensive
- Bußgelder gegen acht Lesezirkel-Unternehmen wegen verbotener Kundenabsprachen
- Buchgroßhandel: KNV Gruppe meldet Insolvenz an
- Digitale Gutscheinplattform eazers stellt Betrieb ein
- EU einigt sich auf Kohlendioxid-Vorgaben für LKW

März

- Ankündigung: Bauer Media Group und Gruner + Jahr gründen gemeinsame Vertriebsgesellschaft
- Dr. Frank Hoffmann und Tobias Mai erweitern die Geschäftsführung des Pressevertriebs Dresden
- Bundesumweltministerin unterstützt gemeinsames Klimaschutzprojekt von Groß- und Außenhandel und Gastgewerbe
- Edeka plant Biomärkte, Handelsgruppe frischt Tengelmann-Marke Naturkind auf – Mosa setzt auf mehr Fachmärkte
- Neue Struktur für die Präsentation von Zeitungen und Zeitschriften
- Bundestagspräsident Wolfgang Schäuble: „Die Presse ist zwingend systemrelevant“
- Rewe legt Kundenmagazin „Laviva“ still

April

- Grosso-Vorstand für weitere zwei Jahre im Amt bestätigt
- Dritte Auflage des Markenlehrbriefes für das Pressesortiment fertiggestellt
- Leverdy GmbH & Co KG, Wilhelm Schmitz GmbH & Co. KG, PMG Print Medien GmbH & Co. KG und Friedrich J. Keppel GmbH & Co. KG fusionieren zu QTRADO GmbH & Co. KG
- QTRADO startet operativen Betrieb
- „Die Vertriebsfreiheit sichert unsere Pressefreiheit“ – Grosso-Verband veröffentlicht Geschäftsbericht 2018
- Presse-Grosso gratuliert dem neuen Vorstand des Verbandes Deutscher Bahnhofsbuchhändler zur Wahl
- Fusion von PFG Presse-Vertriebs-Gesellschaft KG und Presse-Grosso Bonn-Rhein-Sieg KG
- Welttag des Buches: 230.000 Kinder in Nordrhein-Westfalen erhalten Buchgeschenk
- Uwe Zeyn übernimmt GKB-Mandat für Dirk Rossmann GmbH
- Grosso-GKB: Sven Müller folgt auf Jürgen Rolshausen

Mai

- Börsenverein zur Umstellung bei der Büchersendung: „Deutsche Post belastet mit erneuten Kostensteigerungen die Buchbranche“
- Verpackungsgesetz: Haftung des Handels
- Greta Thunberg bekommt ein Fridays for Future-Magazin
- Freigabe des Zusammenschlusses von Thalia und der Mayerschen Buchhandlung
- Haustürbelieferung: Kunden sind bereit, für Service zu zahlen
- Frank Nolte: „Vereinte Interessenvertretung ist historische Chance für den Pressegroßhandel“ – Presse-Grossisten gründen Gesamtverband, Vorstand: Frank Nolte, Vincent Nolte, Jan Carlsen und Felix Wahlich
- 70 Jahre Grundgesetz: „Keine Pressefreiheit ohne Vertriebsfreiheit“
- Schwerpunkt zum Thema Künstliche Intelligenz auf der Sitzung des Arbeitskreis Zeitungs- und Zeitschriftenvertrieb
- Rewe übernimmt Lekkerland

Juni

- Wieviel Presse-Sortiment braucht der Fachhandel? Fachvortrag von Elmar Mathews auf der BTWE-Delegiertenversammlung in Rösrath
- Die bayerischen Grossisten zeigen bei der EDEKA Südbayern-Messe in 2019 wieder Flagge
- Vorlesen für pflegebedürftige Seniorinnen und Senioren: Stiftung Lesen wirbt mit neuem Leitfaden für ehrenamtliches Engagement
- Fusion von PVG Presse-Vertriebs-Gesellschaft KG und Pressevertrieb Saar GmbH & Co. KG
- Bundesverband Presse-Grosso holt Norbert Wallrafen als hauptamtlichen Großkundenbetreuer
- BGH untersagt Mini-Geschenke bei rezeptpflichtigen Medikamenten
- Buchmarkt zeigt positive Tendenz
- Preiserhöhung der Büchersendung durch Deutsche Post
- Der Bundesverband Presse-Grosso gratuliert den Gewinnern des Presse-Regal-Award 2019
- Neue KEP-Studie 2019 veröffentlicht
- Börsenverein: Karin Schmidt-Friderichs wird neue Vorsteherin
- Trauer um Gerd Kapp, langjähriger Geschäftsführer des Grosso-Verbandes, der im Alter von 77 Jahren verstirbt

Juli

- Fusion von Grossunion Nord und Hans Küpper, Groß- und Kleinvertrieb von Zeitungen, Zeitschriften und Anzeigen e.K.
- Fusion von Jost GmbH & Co. KG und Presse-Schiessl GmbH & Co. KG
- Fusion von Presse-Distributions-Gesellschaft mbH & Co. KG und Grossohaus Salzmann GmbH & Co. KG
- Post gewährt Aufschub von der Preiserhöhung
- Lidl lässt bis Jahresende 500 Packstationen an Filialen aufstellen
- Kanzlerin für Tabakwerbeverbot
- Sabine Verheyen (EVP) wird zur Vorsitzenden des Ausschusses für Kultur und Bildung des Europäischen Parlaments gewählt
- Bund investiert 400 Millionen Euro in LKW-Stellplätze
- ADAC und BURDA: Strategische Partnerschaft zur neuen „ADAC Motorwelt“
- Grosso-Verband präsentiert Programm für Premiere in Wiesbaden
- QTRADO berät REWE Einzelhändler in Dortmund zum optimalen Presseverkauf
- AGRAPA: Selbstverpflichtungszusage mit Verwertungsquote von 82,6 Prozent auch im Jubiläumsjahr eingehalten

August

- Preiserhöhung: DHL Paket erhöht Preise für Geschäftskunden
- E-Mobilität: Bundeskabinett beschließt Sonderabschreibungen
- Kinder Medien Studie 2019: Zeitschriften stehen bei der ganz jungen Zielgruppe (und ihren Eltern) hoch im Kurs
- EU-Kommission genehmigt Beihilfen für die Pressedistribution in Italien
- Marco Burmester in AK Großkundenbetreuung berufen
- Justizministerin will Laufzeit von Handy-Verträgen und Zeitschriften-Abos verkürzen
- DHL liefert keine Pakete von Amazon Fresh mehr aus
- Langjähriger Umbreit-Chef Thomas Bez wird 70
- Absatz-/Umsatzentwicklung Presse-Grosso 1. Halbjahr 2019 Zahlen ergänzen oder weglassen
- OLG Düsseldorf setzt BKartA-Anordnungen gegen Facebook vorläufig außer Vollzug
- 25 Jahre Deutschlandradio

September

- Preisverleihung FUTURUM VERTRIEBSPREIS 2019: Grosso-Präsident Frank Nolte ausgezeichnet
- Presse-Grossisten aus NRW auf der InterTabac Fachmesse in Dortmund
- Stiftung Lesen und Commerzbank Stiftung: Nazan Eckes erhält den Deutschen Lesepreis 2019
- Jahrestagung 2019 in Wiesbaden: „Doppelte Premiere“ für Gesamtverband Pressegroßhandel (GVPG)
- GVPG startet operativen Betrieb
- Arbeitsgemeinschaft Pressevertrieb (APV) löst sich auf
- Verlagsgrosso Nord GmbH & Co. KG und Presse-Vertrieb Mecklenburg West GmbH & Co. KG fusionieren
- Axel Muß, Frankenthaler Pressevertrieb GmbH & Co. KG, in den Arbeitskreis GKB berufen
- DISTRIPRESS-Congress in Berlin

Oktober

- Rewe kann Lekkerland erwerben – Bundeskartellamt gibt Fusion frei
- Amazons Marktmacht in der Kritik: Kunden wenden sich ab
- Europäischer Buchmarkt verzeichnet Umsatzplus
- Shell Jugendstudie: Klassische Medien am vertrauenswürdigsten
- ARD/ZDF-Onlinestudie 2019 - Weiter zunehmende Mediennutzung im Internet
- Presse-Distribution auf der Agenda der Medientage München 2019
- Kinderärzte: Zu viel Digital-Medien schränkt Motorik von Kindern ein
- Konstituierende Sitzung Task Force Logistik

November

- 30 Jahre Mauerfall – 30 Jahre Presse- und Vertriebsfreiheit in ganz Deutschland
- Bundestag beschließt Jahressteuergesetz
- Paketdienste verlangen Weihnachtzuschläge
- TSE-Standard: Schonfrist für Kassen-Umrüstung
- Grossohaus Salzmann trauert um Peter Salzmann

Dezember

- Branchenvereinbarung für Zeitschriften wird nachjustiert
- Ermäßigter Mehrwertsteuersatz für E-Books und E-Magazine
- PISA-Studie: Aufwärtstrend bei Lesekompetenz setzt sich fort
- Aachender Medien Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG wird aufgeteilt zu QTRADO GmbH & Co. KG und PVG Presse-Vertriebs-Gesellschaft KG
- 25 Jahre Arbeitsgemeinschaft Graphische Papiere
- Azubis von QTRADO zu Gast in der Verbandsgeschäftsstelle
- Herausgabe der Grosso-Chronik 2019

Who's who

Ansprechpartner

Ansprechpartner im Bundesverband Presse-Grosso

Vorstand

Frank Nolte (Süddeutsche Zeitungszentrale, Esslingen),

1. Vorsitzender

Vincent Nolte (Presseservice Nord, Bremen),

2. Vorsitzender

Jan Carlsen (Grossunion Nord, Kiel), Vorstand BWK

Regionalvorstand

(bis 1. April 2019)

Jan-Felix Simon (Presseservice Nord, Bremen), Regionalvorstand Nord (komm.)

Fabian Gast (PV Gast, Mühlhausen),

Regionalvorstand Mitte-Ost | **Frank Mietke** (PV Mietke, Kittlitz), Stellvertreter

Dr. Jörg Lütkemeyer (PV Lütkemeyer, Münster),

Regionalvorstand Mitte-West

Bereichsleiter

(bis 1. April 2019)

Henning Essmeyer (Presseservice Nord, Bremen),

Datenmanagement

Vincent Nolte (Presseservice Nord, Bremen), Regulierung

Claudius Rafflenbeul-Schaub (Schmitz, Duisburg),

Vertriebsmarktforschung

Philip Salzmann (Haberer, Schopfheim), Digitale Märkte

Ansprechpartner im Gesamtverband Pressegroßhandel

Vorstand

Frank Nolte (Süddeutsche Zeitungszentrale, Esslingen),

Präsident

Vincent Nolte (Presseservice Nord, Bremen),

Vizepräsident

Jan Carlsen (Grossunion Nord, Kiel), Koordinator

Betriebswirtschaft

Felix Wahlich (Cottbusser Pressevertrieb oHG, Cottbus),

Vorstand Marktanalyse

Verbandsgeschäftsstelle (Köln)

Kai-Christian Albrecht, Hauptgeschäftsführer

Michael Hoffmann, Geschäftsführer/Referent BWK

Michaela Kokus, Assistentin Marketing

Silke Merx, Assistentin Back Office / Events

Sebastian Metzmacher, Referent Marktanalyse

Gisela Schauf, Buchhaltung

Damian Wonschinski, Assistent BWK

Beate Wurst, Büroleitung/PR

Presse-Grosso Marketing GmbH (Köln)

Elmar Mathews, Geschäftsführer

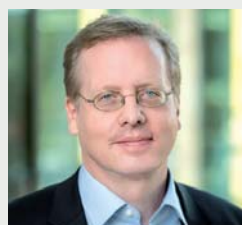
Beate Zachris, Projektmanagerin

Autoren

Herzlichen Dank an alle Autoren, die zu der Erstellung dieses Geschäftsberichtes beigetragen haben!



Kai-Christian Albrecht
Gesamtverband Pressegroßhandel /
Hauptgeschäftsführer



Michael Hoffmann
Gesamtverband Pressegroßhandel /
Geschäftsführer, Referent Betriebswirtschaft



Elmar Mathews
Gesamtverband Pressegroßhandel /
Referent Marketing /
Geschäftsführer PGM GmbH



Sebastian Metzmacher
Gesamtverband Pressegroßhandel /
Referent Marktanalyse



Beate Wurst
Gesamtverband Pressegroßhandel /
Büroleitung, PR

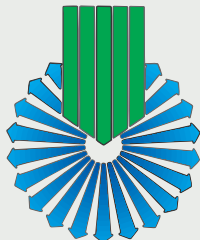


Ralf Deppe
Presse Fachverlag /
Journalist



Henning Kornfeld
Medien- und
Wirtschaftsjournalist

Impressum



Geschäftsbericht 2019

Herausgeber

Presse-Grosso – Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V.

Händelstraße 25-29, 50674 Köln

Telefon: 0221 921337 0

Telefax: 0221 921337 44

E-Mail: bvpg@bvpg.de, www.presse Grosso.de

Redaktion

Beate Wurst, Kai-Christian Albrecht, Gesamtverband Pressegroßhandel e.V., Köln

Redaktionelle Beratung

Ralf Deppe, Presse Fachverlag, Hamburg

Titelblatt und Gestaltung

Anne Allert, Presse Fachverlag, Hamburg

Druck

Lehmann Offsetdruck GmbH, Norderstedt

Der Geschäftsbericht kann bei der Geschäftsstelle des Bundesverbandes Presse-Grosso angefordert werden.
Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Bundesverbandes Presse-Grosso.

Redaktionsschluss

1. März 2020

© Bundesverband Presse-Grosso 2020

Fotonachweise

Titel: © Bundesverband Presse-Grosso, Foto: René Reiche | © S. 25: Prof. Monika Grütters, Foto: Elke A. Jung-Wolff | © S. 26 ©industrieblick - stock.adobe.com

Alle hier nicht aufgeführten Bildrechte liegen dem Bundesverband Presse-Grosso vor und werden auf Anfrage mitgeteilt.