

## Thema 1

*Das System des Vertriebs von Presse-Erzeugnissen in Deutschland ist weltweit einzigartig: Die „Hersteller“ der Presse-Erzeugnisse, die Verlage, beliefern nicht die Verkaufsstellen direkt, sondern einen Großhandel, das so genannte Presse-Grosso. Überwiegend von privaten Kaufleuten betrieben, beliefert das Grosso täglich über 116.000 Verkaufsstellen mit durchschnittlich täglich verfügbaren 1.850 Presse-Produkten (Gesamtsortiment inkl. Auslandstitel in Einzelfällen bis zu 5.000 Titel). Damit verfügt Deutschland über das dichteste Verkaufsnetz mit der wohl größten Zahl an Presse-Titeln in der Welt.*

*Mit Blick auf die Verankerung der Pressefreiheit im Grundgesetz ist es geboten, dieses effiziente Vertriebssystem zu schützen: Verhandlungen über die Margen des Grosso sollten seine umfangreichen Aufgaben berücksichtigen. Die versteckten Drohungen einzelner Großverlage, aus dem Grosso-System auszusteigen, sind ein Spiel mit dem Feuer. Leid tragende wären nicht nur die kleineren Verlage und die Konsumenten, sondern auch die Pressevielfalt wäre gefährdet.*

*In dem folgenden Artikel erklärt der Geschäftsführer des Bundesverbandes Presse-Grosso, Gerd Kapp, wie das System funktioniert.*

### Das System des Presse-Grosso.

Mit Gründung der Bundesrepublik Deutschland im Jahre 1949 beschlossen „die Väter des Grundgesetzes“, den staatlichen Missbrauch der Presse ein für allemal auszuschließen. Die Jahre 1933 – 1945 hatten in beängstigender Weise gezeigt, wie eine Regierung die Presse rücksichtslos und vorsätzlich zur Manipulation des Volkes missbrauchen kann.

Mit dem Artikel 5 unseres Grundgesetzes wurde deshalb die Möglichkeit zur Gleichschaltung der Presse und zur Unterdrückung unbequemer Meinungen ausgeschlossen. Pressefreiheit, Pressevielfalt und Vertriebsfreiheit sind garantiert. Diese grundgesetzlich geschützten Rechte finden ihre Schranken lediglich in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre.

In einem demokratischen Staat hat die Presse die Aufgabe, umfassend zu berichten, damit die Menschen sich selbstständig eine eigene Meinung bilden können. Die freie, unbehinderte Berichterstattung ermöglicht außerdem die Kontrolle über den Staat und sein Handeln. Dafür muss die Presse unabhängig sein. Die grundgesetzlich verankerte Pressefreiheit garantiert diese Unabhängigkeit. Damit sich in einer pluralistischen Gesellschaft alle, auch Minderheiten, an der allgemeinen Willensbildung beteiligen können, hat jeder das Recht, seine Meinung ungehindert „in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten.“

Zur ungehinderten Verbreitung von Printmedien müssen aber auch die entsprechenden Vertriebsmöglichkeiten garantiert sein. Die Presse-Grossisten („Presse-Grosso“) übernehmen die neutrale Versorgungs- und Verteilungsfunktion. Sie sind auf Grund ihrer Marktstellung verpflichtet, ihre Dienstleistungen allen Presseverlagen und allen Presseerzeugnissen gleichermaßen zur Verfügung zu stellen.

Das Pressevertriebssystem in der Bundesrepublik stellt sicher,

### Das Presse-Grosso: Garant für die Pressevielfalt.

dass auch Titel mit geringen Auflagen ihren Weg zum Leser finden.

Um das Grundrecht aller Bürger auf freie Meinungsäußerung einerseits und umfassende Versorgung mit PRESSE andererseits zu gewährleisten, gelten im Handel mit Presseerzeugnissen besondere, wichtige Regeln.

So hat der Gesetzgeber für das Presse-Grosso wegen seiner einzigartigen Marktstellung Pflichten und Rechte definiert, die es vom herkömmlichen Großhandel in mancherlei Hinsicht unterscheidet:

**1. Alleinauslieferung.** Das bedeutet, dass jeder Grossist ausschließlich die Einzelhändler in seinem, von den Verlagen verbindlich definierten Vertriebsgebiet mit Zeitungen und Zeitschriften beliefern und betreuen darf. (Lediglich in zwei Gebieten in Deutschland wird der Einzelhandel von zwei Grossisten mit Titeltrennung beliefert).

Das Alleinauslieferungsrecht für ein bestimmtes Vertriebsgebiet verpflichtet die Presse-Grossisten zur Aufnahme aller Presseerzeugnisse und zur Belieferung auch entlegener und umsatzschwacher Verkaufsstellen. Das Presse-Grosso erfüllt somit eine im öffentlichen Interesse stehende Versorgungsfunktion.

Durch die Alleinauslieferung erhält der Grossist zudem genaue Informationen darüber, welche Titel und wie viele der gelieferten Exemplare pro Folgennummer jeder Einzelhändler verkaufen konnte. Diese Daten bilden die Grundlage, um für jeden Einzelhändler bedarfsgerechte Liefermengen ermitteln zu können.

**2. Preisbindung.** Ziel der Preisbindung ist es, den Erwerb von Zeitungen und Zeitschriften überall unabhängig von Nachfrageschwankungen zum gleichen Preis zu ermöglichen. „Preiskämpfe“ im Einzelhandel, die auch zum Aussterben kleinerer Presseverkaufsstellen führen, werden dadurch vermieden. Es wird eine Sortimentspolitik ausgeschlossen, die nicht dem Anspruch des Artikels 5 des Grundgesetzes gerecht wird. Dabei haben die Verlage das Recht, für ihre Erzeugnisse bundesweit einheitliche Einkaufspreise für den Einzelhandel und den Endverbraucher festzulegen.

**3. Remissionsrecht.** Einzelhändler und Grossisten haben das Recht, alle unverkauften Exemplare (Remittenden) an die Verlage gegen Gutschrift zurückzugeben. Damit entfällt für sie das Risiko, auf unverkaufter Ware „sitzen zu bleiben“. Dies ermöglicht dem Presse-Grosso und dem Einzelhandel, sämtliche Priesstitel in ausreichender Anzahl zum Verkauf vorrätig zu halten, auch solche, deren Verkaufschancen sich nur schwer vorhersagen lassen.

Positiver Effekt: Ausverkäufe werden vermieden oder minimiert, die Pressevielfalt bleibt erhalten.

Alle Grossisten wirken darauf hin, den Einzelhandel so bedarfsgerecht wie möglich zu beliefern und die Remissionsmenge möglichst gering zu halten, denn Transport und Bearbeitung der Remittenden kosten Zeit und Geld.

Auch aus umweltpolitischen Gründen strebt das Grosso eine möglichst geringe Remissionsquote an.

**4. Dispositionsrecht.** Bei der Titel- und Mengen-Disposition

geht es darum, marktnah abzuschätzen, wie viele Zeitschriften und Zeitungen voraussichtlich für jeden Einzelhändler benötigt werden. Da die Verlage das Risiko der unverkauften Ware – Produktionsrisiko – und die Grossisten den Aufwand für die Remissionsabwicklung – Handlingrisiko – tragen, haben sie auch das Recht, die Bezugsmengen der Einzelhändler pro Titel für ein verkaufsfähiges Sortiment festzulegen. Die Grossisten nutzen intelligente, mathematische Dispositionsverfahren und EDV-Programme, um den Einzelhändlern täglich ein bedarfsgerechtes und gut verkäufliches Pressesortiment zur Verfügung zu stellen.

Um die Gleichbehandlung der Einzelhändler zu gewährleisten, legen die Verlage in der Regel auch die Erstverkaufstage für ihre Erzeugnisse verbindlich fest.

**Fazit:** Mit der Preisbindung, der gebietsbezogenen Alleinlieferung, dem Remissions- und Dispositionsrecht, den dadurch erworbenen genauen Marktkenntnissen und durch jahrzehntelange Erfahrung gewährleistet das Presse-Grosso wie kein anderes System den effektiven, bedarfsgerechten und neutralen Vertrieb des umfangreichen und vielfältigen Pressesortiments.

#### **Das Marketing des Presse-Grosso.**

Grundlage für erfolgreiches Presse-Marketing ist die schnelle und genaue Ermittlung der Verkaufsergebnisse. Diese Daten lassen Rückschlüsse auf die Kaufgewohnheiten der Leser zu und ermöglichen Presse-Grossisten, so zu disponieren, dass das aktuelle Warenangebot jeder Verkaufsstelle den jeweiligen Wünschen der Leser entspricht. Der Einzelhändler erzielt so einen optimalen Presseumsatz.

Zur exakten Verkaufsdatenermittlung werden im Grosso unterschiedliche elektronische Remissionserfassungssysteme eingesetzt, um manuell oder automatisch gesteuert zu registrieren, wie viele Exemplare ein Einzelhändler pro Titel und Folge zurückgegeben hat. Aus dem Vergleich dieser Informationen mit den entsprechenden Lieferwerten errechnen die Datenverarbeitungsanlagen die jeweiligen Verkaufsprognosen.

Um die Pressesortimente verkaufsstellenindividuell noch bedarfsgerechter zusammenstellen zu können, wird vermehrt das System der „Verkaufstäglichen Marktbeobachtung am Point of Sale“ (VMP) eingesetzt. Die Grossisten können sofort nach Verkaufsbeginn titelspezifische Verkaufstrends erkennen, indem die von der Scannerkasse des Einzelhändlers erfassten Presseverkaufsdaten an den Rechner des Grossisten gesendet werden. Droht der Ausverkauf eines Titels, erfährt der Grossist dies so früh, dass er rechtzeitig nachliefern kann. Auch Titel, die über längere Zeit keinen Verkauf aufweisen, werden erkannt und gegen nachgefragte Titel ausgewechselt.

Der Einzelhandel erreicht durch VMP eine bessere Marktausschöpfung und eine höhere Rentabilität. Darüber hinaus verfolgt das Presse-Grosso durch seine Einzelhandelsstrukturanalyse (EHA STRA) permanent die Zusammenhänge zwischen Sortiment, Größe und Lage der Einzelhandelsgeschäfte, ihrer Käuferzahl, Käuferstruktur, Regalfläche und ihrem Presseumsatz. Diese Analyse hilft den Grossisten bei der Beratung und Unterstützung des Einzelhändlers, der Planung und Umsetzung von Marketingmaßnahmen und

gibt den Verlagen wichtige Informationen bei der Einführung neuer Zeitschriften.

Nachdem der Grossist die Verkaufsdaten jedes Titels bei jedem Einzelhändler genau ermittelt hat, legt er die neuen Liefermengen mit Hilfe erprobter und anerkannter Prognoseverfahren fest. Diese Verfahren werden von innovativen Grosso-Unternehmen und Verlagen ständig weiterentwickelt und verfeinert.

Das Marketing des Presse-Grosso umfasst auch die umfangreiche Beratung der Einzelhändler vor Ort in allen Fragen des Pressemarketings. Das Aufgabenspektrum reicht von der Rentabilitätsanalyse des Sortiments bis zur tatkräftigen Hilfe bei der Planung und Durchführung von Verkaufsförderungsmaßnahmen.

Vom Verkauf bis zur Abwicklung der Remission erhalten die Einzelhändler durch das Presse-Grosso umfangreiche Unterstützung: Bereitstellung von Verkaufshilfen und Werbemitteln, Beratung bei der Regalpflege, bei der Präsentation des Pressesortiments.

Um das Angebot, vor allem auch kleinauflägiger Titel, für den Leser zu verbessern, initiierte das Presse-Grosso bundesweit die Schaffung eines dichten Netzes nach außen deutlich erkennbarer Facheinzelhändler für Zeitungen und Zeitschriften. Potentielle Käufer brauchen jetzt nur noch nach Geschäften mit dem „Blauen Globus“ Ausschau zu halten. Dieses Symbol kennzeichnet den PRESSE-Fachhandel, von dem der Käufer stets ein überdurchschnittliches Presseangebot, hohe Beratungskompetenz und ausgeprägte Servicebereitschaft erwarten darf.

Bereits heute ist absehbar, dass der PRESSE-Fachhandel eine wichtige Hilfe für das Grosso und für die Verlage bei der Einführung neuer Titel sowie bei der Durchführung von Werbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen sein wird.

#### **Die Logistik.**

Bei der Vielzahl der Presseprodukte und der Vielzahl der Verkaufsstellen ist der zeitgerechte Transport der Produkte für das Presse-Grosso eine echte Herausforderung: Sobald die letzten Zeitungen nachts beim Grossisten eingetroffen sind, beginnt für die Grosso-Mitarbeiter der Wettlauf gegen die Uhr. Bis Tagesanbruch müssen alle angelieferten Zeitungen und Zeitschriften in nur wenigen Stunden fertig kommissioniert, verpackt, ausgeliefert und rechtzeitig zur Geschäftsöffnung beim Einzelhandel sein. Die Arbeit wird erleichtert durch den Einsatz moderner, EDV-gestützter Technologie im Kommissionierbereich, elektronisch gesteuerter Kommissionierstraßen, Förderbänder und automatischer Verpackungsanlagen. Hohe Anforderungen werden gleichermaßen an die Auslieferungsfahrer und Spediteure der Grossisten gestellt, die ihren Dienst bei Wind und Wetter, Schnee und Glätte in den frühen Morgenstunden zuverlässig verrichten.

#### **Bewahren, was sich bewährt hat.**

Das System des Pressevertriebs in Deutschland ist leistungstark wie kein zweites auf der Welt: Es umfasst 116.802 Verkaufsstellen und verfügt damit über die höchste Distributionsdichte überhaupt. In keinem Land der Erde gibt es derart viele Presseerzeugnisse wie in Deutschland: Das durchschnittliche Pressesortiment beträgt immerhin 1.850 Presseprodukte. Und jährlich werden es mehr: Zum Wohle des Konsumenten – und der Pressefreiheit.