



FÜR PRESSEFREIHEIT
UND PRESSEVIELFALT

FIT FOR FUTURE?

Streit um die Strukturreform des Pressevertriebs

Frei, rechtssicher und resilient – Wie das Presse-Grosso dafür sorgen will, dass Zeitungen und Zeitschriften auch in Zukunft überall erhältlich bleiben

GESCHÄFTSBERICHT 2025

Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.



Herausforderungen – hohe Frequenz – wichtige Meilensteine

Das Geschäftsjahr 2025 war für die Grosso-Unternehmen und den Gesamtverband Pressegroßhandel in vielerlei Hinsicht herausfordernd. Globale Krisen, Wirtschaftsflaute und steigende Lohnkosten sowie brancheninterne Auseinandersetzungen um das Verlagsmodell „Fit for Future“ zur Transformation des Pressevertriebs – der Pressegroßhandel hat verschiedene existentielle Herausforderungen zu bewältigen.

Was das operative Tagesgeschäft angeht, so war die Gremienarbeit der hauptamtlichen Experten aus den Grosso-Unternehmen und dem Ehrenamt des Verbandes wie gewohnt von hoher Schlagzahl, Expertise und Kollaboration geprägt. Gemeinschaftlich ist es wieder gelungen, wichtige Projekte für den Berufsstand und die Branche zu realisieren. Zentral koordiniert durch den Verband und akquiriert über die Großkundenbetreuer haben die Grosso-Unternehmen im laufenden Jahr bundesweit rund 20 Aktionen mit unterschiedlichen Bodendisplay umgesetzt. Am POS wurden über den GKB-Bereich insgesamt 25.000 Displays platziert und verkaufswirksam im Sinne des Sortiments- und Objektmarketings realisiert. Ein weiteres Großprojekt war die Markteinführung des vom Arbeitskreis Großkundenbetreuung entwickelten neuen Belegungsschemas für Presseregale. Eine anhaltende Erfolgsstory ist die App OPTIPRESS, die von den EH-Partnern als spürbare Erleichterung bei der Regalpflege und im Handling von Remissionen geschätzt wird. Seit Einführung der App im Juni 2023 wurden über 22 Millionen Scans am Regal zuverlässig vollzogen!

Der Fachbereich Marktanalyse hat weitere Reports auf der Basis des Datawarehouse auf Power BI umgestellt und stiftet damit einen konkreten Nutzen für die Unternehmen und marktrelevanten Auswertungen des

Verbandes. Die Vorbereitung der EU-Entwaldungsverordnung hat den Verband ressortübergreifend intensiv beschäftigt. Gemeinsam mit den Verlegerverbänden und weiteren Organisationen der Papierwertschöpfungskette haben wir auf der politischen Ebene Einfluss genommen, um Presse aus der Regulierung zu nehmen, ersatzweise diese zu entschärfen und eine Branchenlösung vorzustellen.

Das Geschäftsjahr 2026 läuft auf Hochtouren. Ob POS-Marketing, Digitalisierung von Geschäftsprozessen sowie rechtlich-politische Themen – die Agenda ist lang. Im Marketing stehen die Behauptung der Flächen für Presse im LEH, der weitere Roll-Out von OPTIPRESS sowie die Einführung digitaler Gutscheine für fragmentierte Einzelhändler an. Schwerpunkt im Marketingjahr bilden die geplanten POS-Maßnahmen rund um die 23. Fußball-Weltmeisterschaft. Das Medien- und Wettbewerbsrecht sowie Regulierungsvorhaben werden wir weiter konstruktiv-kritisch begleiten. Dabei setzen wir uns für den Abbau von Bürokratie gerade für den Mittelstand und Ausnahmeregelungen für Presse ein. Mit der EU-Verpackungsverordnung steht ab Mitte 2026 eine weitere Verschärfung für die Wirtschaft an.

Der vorliegende Geschäftsbericht zeigt einen Querschnitt der vielfältigen Aktivitäten des Gesamtverbandes und seiner Mitglieder für eine flächendeckende Versorgung der Bürgerinnen und Bürger mit vielfältigen Pressesortimenten. Wir wünschen eine anregende Lektüre.

Kai-Christian Albrecht

Hauptgeschäftsführer Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.

Inhalt

INTERVIEW

- 06 Pressegroßhändler Frank Mietke im Interview
Aktiv in der Region und im Verband: „Ich will etwas zurückgeben“

PRESSEVERTRIEB IM WANDEL

- 08 Zukunftsmodell des Presse-Grosso
Gemeinsam besser, schneller und sicher
- 10 Auseinandersetzungen um die Strukturreform des Pressevertriebs
Der Vorstoß der Verlagsallianz „Fit for Future“ spaltet die Branche und ist rechtlich umstritten
- 16 Presse-Grosso als Garant für Pressevielfalt und -versorgung in der Fläche
Eine Analyse von Martin Schiessl

POLITIK & RECHT

- 18 Bundestagsdebatte über Lokaljournalismus
Medienpolitiker würdigen Lokalmedien als „Immunsystem einer Region“

- 19 Mehrwertsteuer-Satz für Sudoku-Zeitschriften
Europäischer Gerichtshof und deutsche Finanzbehörden bestätigen ermäßigten Steuersatz
- 20 Nachhaltigkeit
EU-Entwaldungsverordnung (EUDR)
– Vorbereitungen der Branche und EU-Neuregelung mit Freistellung der Presse

MARKETING

- 22 Marketing für Presse
Marktbearbeitung zwischen Regulierung und Digitalisierung
- 24 Qualitätsoffensive am POS

MARKTANALYSE

- 26 EHAstra 2025
Ergebnisse der Vollerhebung des Presse-einzelhandels in Deutschland
- 30 Cyberkriminalität
Krisenmanagement sichert Handlungsfähigkeit

ENGAGEMENT

- 32 Leseförderung
Zeitschriften in die Schulen 2025/2026
- 34 Altpapier
AGRAPA – Verwertungsquote grafischer Papiere steigt auf 88,5 Prozent
- 35 Wettbewerbe
Engagement für „Deutschlands Bestes Presseregal“

VERANSTALTUNGEN

- 36 Mitgliederversammlung
Branchentreff unter herausfordernden Rahmenbedingungen

Übersicht der Veranstaltungen in 2025
- 39 Vorstandswahl
Unternehmer Thorsten Mauch und Frank Mietke bilden neues Führungs-Duo

DOKUMENTATION

- 40 Verbandsgeschäftsstelle
Jubiläen und personelle Veränderungen
- 42 Medienarbeit und Publikationen
Dialog mit Mitgliedern, Partnern und der Öffentlichkeit auf verschiedenen Kanälen
- 43 Grosso-Struktur: Gebietskarte

SERVICE

- 44 Betriebswirtschaftliche Entwicklung
- 47 Presse-Grosso in Zahlen
- 48 Chronik 2025
- 54 Who’s who
- 55 Autoren
- 56 Glossar
Abkürzungen und Fachbegriffe
- 58 Impressum

AKTIV IN DER REGION UND IM VERBAND

Interview mit Frank Mietke

Der unabhängige Pressegroßhandel Mietke im sächsischen Löbau wurde 1991 gegründet. Er entstand nach dem Ende des DDR-Regimes und beim Aufbau eines freien Ost-Grosso. 2014 übernahm Frank Mietke die Verantwortung von seinen Eltern. Das Familienunternehmen behauptet sich am Markt. Im Interview erklärt der Informatiker, wo das Unternehmen heute steht und warum er sich in der Region und im Gesamtverband Pressegroßhandel engagiert.

Herr Mietke, Ihr Pressegroßhandel besteht seit 1991 erfolgreich als unabhängiges Familienunternehmen. Was ist Ihr Erfolgsrezept?

Unsere Mitarbeiter sind unser wichtigstes Gut. Dazu kommen ein attraktives Arbeitsumfeld, Loyalität und die Fähigkeit, sich veränderten Märkten anzupassen. Aufgrund der schlanken Strukturen des Betriebs können wir neue Geschäftsideen schnell und einfach testen, bewerten und bei Erfolgsaussicht zeitnah umsetzen. So konnten wir das Unternehmen über 35 Jahre stabil halten. Kern bleibt der Pressevertrieb; hinzu kamen zeitweise Zusatzsortimente, ein Handelsmarkt, ein Systemhaus und eigene Kundenevents. Die vielfältigen Aktivitäten bleiben positiv bei den Mitarbeitern im Gedächtnis. Beispielsweise unser hübscher Pressepavillon zur sächsischen Landesgartenschau 2012 oder auch die unkonventionellen Maskengeschäfte zur Coronazeit. Heute stehen neben dem Pressegroßhandel vor allem Einzelhandel und Schulbuchgeschäft im Mittelpunkt. Und natürlich bleiben wir auch zukünftig flexibel und offen für Neuerungen.

Sie engagieren sich seit Jahren im Grosso-Verband, besonders in der Marktanalyse und als Sprecher der Projektgruppe EDI. Seit März 2026 sind Sie zudem im Verbandsvorstand. Was treibt Sie an?

Der damalige Marketingvorstand Dr. Frank Hoffmann hatte die Grosso-Junioren zum Engagement ermutigt.

Als Informatiker lag für mich die Projektgruppe EDI nahe. Ich bin überzeugt: In der Gemeinschaft ist man stärker. Gerade als kleiner Grossist schätze ich die Kraft des Verbandes sehr und gebe durch mein Engagement im Ehrenamt gern etwas zurück. Mit einem guten Team ist diese Arbeit zudem sehr bereichernd.

Sie engagieren sich auch regional in Gremien. Welche Erfahrungen machen Sie, und was prägt Ihre Region?

Der Austausch mit kommunalen Politikern und Unternehmen ist mir wichtig, weil man so sichtbar bleibt und gemeinsame Positionen einbringen kann. Deshalb engagiere ich mich unter anderem im HDE Sachsen, im Handelsausschuss der IHK Dresden und in Unternehmerverbänden. Dieses Netzwerk hilft, regionale Bedarfe und Chancen früh zu erkennen. Unser Dreiländereck zwischen Dresden, Breslau und Liberec bietet Natur, Ruhe und Freiraum, steht aber durch Kohleausstieg und Strukturwandel auch vor großen Aufgaben. Wer die Region noch nicht kennt, sollte sie unbedingt besuchen.

Wie bewerten Sie die Pläne der Verlagsallianz „Fit for Future“, den Pressevertrieb grundlegend umzubauen? Welche Risiken sehen Sie?

Ich bedauere, wohin sich die Branche entwickelt hat. Der Fokus auf das Produkt Presse ist schwächer geworden, während wir vor Ort um jeden Einzelhandelskunden kämpfen müssen. Regale werden gekürzt,



Der Presse-Grossist Frank Mietke in einem seiner Fachgeschäfte im sächsischen Löbau

Geschäfte schließen, und Auslistungen werden diskutiert. Deshalb haben wir unsere eigenen Aktivitäten im Einzelhandel deutlich ausgebaut. Statt des dysfunktionalen Streits um die Gestaltung des Pressevertriebs könnten wir uns gemeinsam mit marktnahen Zukunftsthemen wie Marketing, Robotik oder KI beschäftigen. Presse ist weiterhin in allen Altersgruppen verankert. Wir müssen aufpassen, den Markt nicht zu verlieren.

Sie sind Unternehmer, Familienmensch und Verbandsmanager. Wie bringen Sie alles zusammen?

Das gelingt nur mit Menschen, die mir den Rücken freihalten; dafür bin ich sehr dankbar. Zum Abschalten spiele ich Tischtennis oder wandere mit meiner Frau. Und als unruhiger Geist komme ich mit sechs Stunden Schlaf aus.

Welche Rolle spielen Zeitungen und Zeitschriften privat für Sie? Welche Titel lesen Sie gern?

Regelmäßig lese ich die SÄCHSISCHE ZEITUNG, die SÜDDEUTSCHE ZEITUNG und die OSTDEUTSCHE ALLGEMEINE. Dazu kommen als Dodge-Fan die Magazine AMERICAN CLASSICS und CARS AND STRIPES sowie wieder DER AKTIONÄR. Ich schätze neben den Inhalten besonders die Haptik gedruckter Presse.

MERCURA – PRESSEGROSSHANDEL MIETKE GMBH & CO. KG

Am Flössel 1, 02708 Löbau OT Kittlitz
<https://www.mercura-mietke.de>

Gründung: 1991 in Herwigsdorf

Rechtsform: GmbH & Co. KG

geschäftsführender
Gesellschafter: Frank Mietke

Vertriebsgebiet: 3.188 qkm, ~420.000 Einwohner

Kunden: ~400 Einzelhändler

Lieferanten: ~230 Verlage

Ordertitel: ~2.150 Titel

Sortiment: Zeitungen, Zeitschriften, Romane, Comics, Rätsel, Taschenbücher, Non-Press-Artikel

Mitarbeiter: 60 Personen

ZUKUNFTSMODELL DER UNABHÄNGIGEN PRESSEGROSSHÄNDLER

Gemeinsam besser, schneller und sicher!

Das Presse-Grosso will dafür sorgen, dass Zeitungen und Zeitschriften auch in Zukunft überall erhältlich bleiben. Deshalb möchte sich die Branche so aufstellen, dass sie auch bei Veränderungen im Medienmarkt stabil, unabhängig und rechtssicher bleibt. Dazu haben die unabhängigen Pressegroßhändler mit externer Beratung ein Zukunftsmodell erarbeitet. Ziel ist es, die wirtschaftlichen Voraussetzungen zu schaffen, dass die Menschen weiterhin überall aus vielen verschiedenen Presseerzeugnissen auswählen können.

„Die deutsche Presselandschaft befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel. Digitalisierung, veränderte Lesegewohnheiten und wirtschaftliche Herausforderungen erfordern eine Modernisierung des Pressevertriebssystems, um langfristig eine vielfältige und unabhängige Presselandschaft zu sichern.

Fester Gestaltungswille

Als unabhängige Pressegroßhändler sehen wir uns in der Verantwortung, den Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften nachhaltig und zukunftsfähig aufzustellen. Mit unseren Reformplänen bis 2030 streben wir eine Lösung an, die den Markt stärkt, wirtschaftliche Stabilität gewährleistet und weiterhin den freien und diskriminierungsfreien Zugang zur Presse in ganz Deutschland sichert. Gleichzeitig beobachten wir mit Sorge die Bestrebungen mehrerer großer Verlagskonzerne, die bestehenden Grosso-Strukturen zugunsten eines zentralisierten Modells zum Nachteil der Grossisten und der mit ihnen verbundenen Neutralität des Vertriebs und Vielfalt des Presseangebots, insbesondere für kleinere und mittlere Verlage, zu verändern. Konkret sähe das Modell eine Mehrheitsbeteiligung der Verlage und der von ihnen kontrollierten Einzelgrossisten sowie der weiteren Verringerung der noch bestehenden und unabhängigen Grossisten vor.

Konsensorientiertes und zukunftsfähiges Reformmodell für den Pressevertrieb

Um diesen Risiken entgegenzuwirken, haben wir uns um konstruktive Beratungen mit den Verlagen bemüht und auf Basis dessen ein zukunftsfähiges Reformmodell in Form einer neuen Zentralgesellschaft erarbeitet. Dieses berücksichtigt die Interessen aller Marktteilnehmer – inklusive der funktionalen Grundsätze des Verlagsmodells, optimiert die Effizienz des Pressevertriebs und bewahrt zugleich die Vorteile eines unabhängigen und neutralen Vertriebssystems.

Zentrales Merkmal zur Bewahrung der Pressefreiheit im Zukunftsmodell ist die Erhaltung der institutionellen Balance zwischen den Verlagen und Grossisten durch die mehrheitliche Beteiligung der von den Verlagen unabhängigen Grossisten an einer neuen Zentralgesellschaft zum Vertrieb von Presseerzeugnissen.

Zudem sieht das Modell vor, dass sämtliche Grossisten, einschließlich der von den Verlagen kontrollierten Einzelgrossisten, die Möglichkeit erhalten, sich mittelbar an der Zentralgesellschaft zu beteiligen und für diese in ihren jeweiligen Gebieten Logistik-Dienstleistungen zu erbringen.

Abbildung rechts: Zukunftsmodell der verlagsunabhängigen Presse-Grossisten zur Strukturreform des Pressevertriebs

Warum strukturelle Unabhängigkeit systemimmanent ist

Der unabhängige Pressegroßhandel ist ein unverzichtbarer Bestandteil der Pressevielfalt und Demokratie in Deutschland. Er gewährleistet einen neutralen und diskriminierungsfreien Vertrieb, der sicherstellt, dass alle Presseerzeugnisse – unabhängig von ihrer Größe oder Herkunft – den Markt erreichen. Er sichert zudem eine flächendeckende Versorgung, die auch ländliche Regionen einschließt, und trägt damit maßgeblich zur Meinungsvielfalt und demokratischen Willensbildung bei.

Setzt sich das von den Verlagen vorgeschlagene Modell der zentralisierten Kontrolle durch, so entstehen erhebliche Risiken für die Pressevielfalt in Deutschland. Eine solche Konzentration könnte die Neutralität des Vertriebssystems gefährden und insbesondere kleine und mittlere Verlage benachteiligen. Zudem be-

steht die Gefahr einer Einschränkung der Titelvielfalt und des freien Marktzugangs, was die Pressevielfalt erheblich beeinträchtigen würde. Auch bestehen im Markt kartellrechtliche Bedenken, da eine solche Marktstruktur bestehende Wettbewerbsregeln unterlaufen könnte.

Ein weiteres Risiko liegt in einer möglichen Neuausrichtung der Vertriebsarbeit, die sich zukünftig eher an den wirtschaftlichen Interessen der Großverlage als an den tatsächlichen Verkaufschancen einzelner Titel orientieren könnte. Gleichzeitig könnte eine Reduzierung der belieferten Einzelhändler die Sichtbarkeit kleinerer Titel weiter einschränken und damit die Pressevielfalt insgesamt gefährden.“

SIEGBURGER KREIS

Arbeitsgemeinschaft verlagsunabhängiger Pressegroßhändler im Bundesverband Presse-Grosso e.V.

Zukunftsmodell Presse-Grosso

Strukturreform mit Sicherheit, Effizienz und Mitbestimmung

- | | | |
|---|--|---|
| 1 | Planungs- und Konditionensicherheit bis 2030 | <ul style="list-style-type: none">• Garantie: beständige Konditionen bis 2030!• ggf. Umstellung auf alt. Vergütungsmodell, z.B. analog Logistik-Services (ab 2031) |
| 2 | Maximale Effizienz durch Zentralisierung und Standardisierung | <ul style="list-style-type: none">• Gründung einer Grosso-Holding• Auslagerung kaufmännischer Funktionen in eine Zentralgesellschaft• Vereinheitlichung ERP- und CRM-Systeme |
| 3 | Mitbestimmung und Transparenz | <ul style="list-style-type: none">• Neutralität und branchenweite Lösungen• fairer Ausgleich der Interessen von KMU-Verlagen, Verlagskonzernen und Presse-Grosso• transparente und faire Regelungen |
| 4 | Flächendeckende Verbundlogistik | <ul style="list-style-type: none">• umfassende Optimierung der Presselogistik• Migration zu einer Verbundlogistik der Systempartner• Akquisition bundesweiter Logistikaufträge aus grossonahen Branchen• Investition in Overnight-Logistik |
| 5 | Wachstum in Zusatzgeschäften | <ul style="list-style-type: none">• Umsatz in zusätzlichen Erlösmodellen z.B. durch Öffnung der Presselogistik• ggf. digitale Geschäftsmodelle |

ZIELBILD 2030

AUSEINANDERSETZUNGEN UM DIE REFORM DES PRESSEVERTRIEBS

„Fit for Future“?
Der Vorstoß der Verlagsallianz spaltet
die Branche und ist rechtlich umstritten

Ausgangspunkt

Das FFF-Vorhaben entstand Ende 2024 als Initiative von elf marktprägenden Verlagen. Es richtet sich gegen die bisherige Struktur mit 13 regionalen Presse-grossisten, die jeweils als regionale Vollversorger tätig sind. Die FFF-Verlage wollen diese Struktur durch eine zentrale Organisation ersetzen, um Systemkosten zu senken, Abläufe zu vereinfachen und die Pressevielfalt langfristig zu sichern.

Geplantes Modell: Zentrale Presse-Grosso-Allianz

Kern des Konzepts ist die Gründung der Presse-Grosso-Allianz (PGA). Sie soll künftig den Ein- und Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften übernehmen und regionale Logistikaufträge an ausgewählte Grossunternehmen vergeben. Neben den Verlagen sollen vier Grossisten als „System-partner“ beteiligt sein: 4Press, QTRADO, PVG und Trunk; hinzu kommt Presseservice Nord, als präferierter Logistikpartner, der ursprünglich zu den Kritikern zählte.

Widerstände

Nicht als Systempartner vorgesehene Grossisten schlossen sich im sogenannten Siegburger Kreis zusammen und stellten sich gegen das Projekt. Sie kritisieren, dass bestehende unabhängige Grosso-Unternehmen nicht gleichberechtigt eingebunden würden, und warnen vor einer „feindlichen Übernahme“ bisheriger Vertriebsgebiete sowie möglichen Versorgungsproblemen im Einzelhandel. Auch Marktpartner, politische Akteure und Rechtsexperten äußern erhebliche Bedenken (vgl. Seite 10 ff.)

Kartellrechtliche Prüfung und Änderungen

Im Zuge der Prüfung verlangte das Bundeskartellamt mehrere Anpassungen, um den diskriminierungsfreien Zugang für alle Verlage zu gewährleisten. Zudem wurde eine unabhängige Clearingstelle für Beschwerden von Einzelhändlern und Verlagen vorgesehen. Das Amt scheint sich selbst weiterhin unsicher zu sein, ob das Modell trägt („derzeit keinen Anlass für weitere Maßnahmen“).

Gefahr von Verlagseinfluß

Weitere Vorgaben sollen verhindern, dass Großverlage die PGA dominieren oder Entscheidungen zu ihren Gunsten durchsetzen. Die Sortimentsauswahl soll durch eine gesonderte, verlagsunabhängige Gesellschaft erfolgen. Außerdem bleiben die Konditionen für den Vertrieb von Presseerzeugnissen nach Angaben des Bundeskartellamts bis Ende 2030 stabil.

Stand und Ausblick

Nach der Billigung durch das Bundeskartellamt will FFF die PGA bis spätestens Ende 2026 gründen; das neue System soll ab 2027 arbeiten. Das Amt hält Übergangsprobleme nicht vollständig für ausgeschlossen, verweist aber auf laufende Gespräche zwischen Systempartnern und Alt-grossisten. Die Grossisten des Siegburger Kreises wollen die Duldung des Vorhabens gerichtlich überprüfen lassen, weil sie Risiken für Pressevielfalt, Versorgungssicherheit und kleinere Verlage sehen. Auch in ihrem Modell wäre die Preisstabilität für Verlage gesichert.

„BUNDESKARTELLAMT BILLIGT
DIE PLÄNE DER FFF-GRUPPE ZUR
REFORM DES PRESSEVERTRIEBS

Das Bundeskartellamt hat die kartellrechtliche Prüfung der Pläne der Arbeitsgruppe „Fit-For-Future“ („FFF“) für eine Reform des Pressevertriebs („Presse-Grosso“) abgeschlossen. Nachdem im Verlauf des Verfahrens wesentliche Verbesserungen des ursprünglich vorgelegten Modells erreicht wurden, wird das Bundeskartellamt vorerst keine weiteren Maßnahmen ergreifen und stellt das Verwaltungsverfahren daher ein.

Das geplante Modell sieht vor, dass mit der **Pressegrosso-Allianz („PGA“)** künftig ein zentraler Pressegroßhändler in Deutschland tätig sein soll. Dieser würde die bislang 13 regional jeweils als Vertriebsmonopolisten tätigen Grossisten ersetzen. Gesellschafter der PGA wird eine **Holding von Verlagsgesellschaften und Grossisten**. Die PGA soll künftig den Ein- und Verkauf der Presseerzeugnisse vornehmen und zur Ausführung der Logistik Aufträge an verschiedene Systempartner in den Regionen vergeben.

Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamtes: „Zwei Punkte standen im Mittelpunkt unserer Prüfung: Der Pressevertrieb muss diskriminierungsfrei für alle Verlage erfolgen, und Presseprodukte müssen bundesweit - auch in weniger dicht besiedelten Regionen - weiterhin verfügbar sein. Nach mehrfacher Marktkon-sultation liegt nun ein Konzept vor, das diesen Anforderungen gerecht wird. Außerdem ist sichergestellt, dass die Konditionen für den Vertrieb der Presseerzeugnisse bis Ende 2030 stabil bleiben.“

Das Presse-Grosso ist ein flächendeckendes Vertriebssystem, über das Zeitungen und Zeitschriften an den Einzelhandel geliefert werden. Kartellrechtlich ist es insbesondere deshalb relevant, weil das System auf branchenweiten Vereinbarungen zwischen Verlagen und Grossisten beruht, etwa zur Belieferung, zu Konditionen oder zur Gebietsaufteilung, die grundsätzlich dem Kartellverbot unterliegen können. Bislang gibt es zwar eine Vielzahl von Grossisten, diese agieren jedoch

jeweils als Monopolist in ihrem Vertriebsgebiet und stehen untereinander in keinem Wettbewerbsverhältnis.

Der Gesetzgeber hat das Presse-Grosso bereits 2013 kartellrechtlich privilegiert (§ 30 Abs. 2a GWB), um die Pressevielfalt und eine flächendeckende Versorgung zu sichern. Voraussetzung ist, dass das Grosso-System tatsächlich eine flächendeckende Belieferung sicherstellt, diskriminierungsfrei ausgestaltet ist, allen Verlagen fairen Zugang eröffnet und die Wettbewerbsbeschränkungen auf das erforderliche Maß begrenzt bleiben.

Andreas Mundt: „Uns war auch wichtig, dass die Einflussmöglichkeiten insbesondere kleinerer Verlage künftig gestärkt werden.“

Das Bundeskartellamt hat sichergestellt, dass sich alle Presseverlage – je nach Größe direkt oder indirekt – an der PGA beteiligen können. Vorgesehen ist zudem eine unabhängige Clearingstelle, an die sich Einzelhändler und Verlage bei Beschwerden wenden können. Außerdem wird die Zusammenstellung der auszuliefernden Pressesortimente durch eine gesonderte, verlagsunabhängige Gesellschaft erfolgen, um die Neutralität der Sortimentsauswahl sicherzustellen.

Die Umsetzung der Reform ist mit mehreren Unternehmensgründungen verbunden, die der Fusionskontrolle unterlagen und freigegeben wurden.“



Vorsitzendenschreiben zum „Projekt „Fit for Future“ zur Reform des Pressevertriebs“ vom 10.02.2026

Quelle: Pressemitteilung Bundeskartellamt vom 11.02.2026

Kritik am FFF-Modell und berechtigte Sorgen um Presseversorgung in der Fläche

Der Gesamtverband Pressegroßhandel bewertet die Duldung des FFF-Vorhabens durch das Bundeskartellamt kritisch. Aus Verbandssicht werden zentrale kartellrechtliche, medienpolitische und versorgungsrelevante Aspekte nicht ausreichend berücksichtigt.

Bewertung der Einstellung des Verfahrens

Der Verband hält die Entscheidung, die Umsetzung des FFF-Vorhabens nicht zu untersagen, für falsch. Nach seiner Einschätzung hat sich das Bundeskartellamt nicht ausreichend ergebnisoffen mit den Einwänden zahlreicher Marktteilnehmer auseinandergesetzt. Besonders die Bedeutung der Ebenentrennung für einen neutralen, diskriminie-

Rechtliche Schritte

Die betroffenen Grosso-Unternehmen des Siegburger Kreises kündigen an, die aus ihrer Sicht rechtswidrige Duldung des FFF-Vorhabens gerichtlich überprüfen zu lassen, wie die Unternehmen gegenüber dem Verband erklärten. Ziel sei es, eine Entscheidung herbeizuführen, die sämtliche rechtlichen, wirtschaftlichen und versorgungsrelevanten Aspekte vollständig einbezieht und zu einer ausgewogenen, tragfähigen Bewertung im Interesse der Pressevielfalt und Versorgungssicherheit führt.

rungsfreien Pressevertrieb und die Pressevielfalt sei unzureichend gewichtet worden.

Bedeutung des unabhängigen Pressegroßhandels

Der weitgehend verlagsunabhängige Pressegroßhandel bildet seit Jahrzehnten eine zentrale Grundlage für strukturelle Neutralität und fairen Marktzugang. Die Grossisten haben das System kontinuierlich angepasst, effizient gehalten und sich verpflichtet, die Handelsspannen bis 2030 stabil zu halten. Aus Verbandssicht wäre Konditionenstabilität auch im bestehenden Vertriebssystem möglich gewesen.

Risiken für Markt und Versorgung

Der Verband sieht ein erhöhtes Risiko, dass Interessen großer Verlage künftig stärker auf die Regalsteuerung durchschlagen und kleinere Verlage benachteiligt werden. Zudem könne der Übergang in neue Strukturen ungeordnet verlaufen, wenn bestehende Grossisten nicht auf Augenhöhe eingebunden werden. Dies birgt aus Verbandssicht Risiken für die Ver-

sorgung des Einzelhandels mit Presseprodukten in einzelnen Regionen.

Konzertierte Kündigungen

Ende Februar erfolgten in einer konzertierten Aktion Ordentliche Kündigungen der Grosso-Verträge der Firmen des „Siegburger Kreises“ durch die Verlage der FFF-Verlagsallianz. Der Mediendienst DNV – DER NEUE VERTRIEB kommentierte dies so:

„Wie von der Allianz angekündigt hat man in einem der ersten Umsetzungsschritte die Verträge mit den Presse-Grossisten des „Siegburger Kreises“ gekündigt. Den Pressevertrieb sollen künftig die vier Systempartner Qtrado, 4Press, PVG und Trunk sowie der Preferred Partner Presseservice Nord übernehmen.

Die Grossisten üben über ihren Verband scharfe Kritik an dem Vorgehen. Sie bezeichnen es als „verantwortungslos“ sowie „wirtschaftlich und gesellschaftlich hoch problematisch“. Der Vorgang sei eine „gezielte und abgestimmte Vernichtung einer unabhängigen Wirtschaftsstufe mit wirtschaftlich gesunden, agilen

und effizient arbeitenden Unternehmen mit hunderten qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Ihre Zerschlagung entbehrt jeder sachlichen Grundlage, ist dysfunktional und nicht wie dargestellt alternativlos“, unterstreicht Grosso-Vorstand Thorsten Mauch.

Nach Auffassung des Grosso-Verbandes würden die FFF-Verlage mit ihrem Vorgehen „bewusst funktionierende Strukturen für einen neutralen, vielfaltssichernden Pressevertrieb“ untergraben. Dabei würden sie „die hohen Risiken dieses kompromisslosen und konzertierten Vorgehens für die Presseversorgung in den betroffenen Regionen und die Pressevielfalt insgesamt“ ignorieren. Der Grosso-Verband fordert von der Verlagsgruppe, „diesen hochrisikanten Kurs sofort zu stoppen und die ausgesprochenen Kündigungen bis zu einer rechtlichen Klärung auszusetzen“. Die gekündigten Grosso-Unternehmen hätten in einem ersten Schritt bereits die auf Kartellrecht spezialisierte Kanzlei Buntscheck damit beauftragt, Rechtsmittel gegen die Einstellung des Ermittlungsverfahrens des Bundeskartellamts einzulegen und den beteiligten Verlagen die Umsetzung ihres FFF-Modells gerichtlich untersagen zu lassen.

Auch von anderer Stelle hatte es schon Kritik an den FFF-Plä-

nen gegeben. Der Verband Mittelständischer Verleger (VMV) unter dem Vorsitz von IPS-Chef Dieter Wirtz äußerte Sorge bezüglich der Umsetzung der FFF-Pläne und Zweifel an einigen Details. Es fehle „weiterhin an überzeugenden Logistik- und Vertriebskonzepten, die sicherstellen, dass für alle Presserzeugnisse die bislang vorhandene Verkaufsinfrastruktur verlust- und diskriminierungsfrei beibehalten werden kann, um die in diesen Gebieten erzielten Verkäufe auch für die Zukunft abzusichern.“ Außerdem bezeichnet der VMV die Finanzierung des Vorhabens als „wenig überzeugend“. Man frage sich, wie unter den gegenwärtigen Bedingungen „die den Verlagen versprochene Beibehaltung der Konditionen sichergestellt werden kann“. Der VMV fordert deshalb, „mit allen verbleibenden Grossunternehmen durch Verhandlungen auf Augenhöhe einen Konsens zu suchen“.

Neben den juristischen und vertraglichen Fragestellungen sind auch logistische Details noch ungeklärt. Beispielsweise hatte Ende Februar ein Gutachten für Aufsehen gesorgt, das Kritik am Depot-Konzept der FFF-Gruppe für Münster und das Umland befeuerte. Die auf Logistik spezialisierte Unternehmensberatung Miebach hatte im Rahmen eines Prüfprozesses ermittelt, dass durch eine Schließung des Depot-

„Trotzdem steht die Zukunft des Grossovertriebs in Deutschland immer noch unter vielen Fragezeichen. Das fängt schon beim Entscheid des Bundeskartellamtes an. Das hat die Umsetzung der Pläne nicht etwa genehmigt. Sondern die Behörde formuliert auf nicht weniger als 15 Seiten ihr „Ergebnis der kartellrechtlichen Prüfung“ in Form einer Negation, die umgangssprachlich formuliert so lautet: in dieser Sache unternehmen wir vorerst nichts. Das kann sich aber jederzeit wieder ändern.“

Kommentar Infodienst PV DIGEST

Standorts Münster (zugleich Sitz des Presse-Grossisten Lütkemeyer) und eine Verlagerung in die Depots Osnabrück, Dortmund und Duisburg wesentlich längere Fahr-Distanzen und Anlieferzeiten folgen würden. Auch beeinflusst es die Lieferkette der örtlichen Tageszeitung Westfälische Nachrichten, was deren herausgebende Verlagsgruppe Aschendorff mit auf den Plan rief. Geschäftsführer Marc Zahlmann sprach von „wesentlichen Schwächen“ im Logistikkonzept der FFF-Gruppe und von einer „Verlagerung von Transportkosten zulasten der Tageszeitungsverlage“. Hinzu kämen Rückgänge durch verspätete Belieferungen im Handel.“

Rechtswissenschaft

KÜHLING: „REFORM DES PRESSEVERTRIEBS SCHAFFT RECHTSUNSICHERHEIT“

Der Jurist Jürgen Kühling warnt mit Blick auf die von mehreren Großverlagen angestrebte Reform des Presse-Vertriebs in Deutschland vor großer Rechtsunsicherheit. „Angesichts hoher Schadensersatzrisiken rate ich den Beteiligten, sich an einen Tisch zu setzen und eine Einigung herbeizuführen“, sagte der ehemalige Vorsitzende der Monopolkommission und Inhaber des Lehrstuhls für Öffentliches Recht an der Universität Regensburg dem Evangelischen Pressedienst (epd).

Die Strategie der FFF-Allianz, eine kleine Gruppe von Grossisten für die Neuorganisation des Presse-Vertriebs herauszugreifen, komme einem „Kartell im Kartell“ gleich. Er sei skeptisch, dass der Gesetzgeber dies mit der GWB-Novelle beabsichtigt habe. „Beide Seiten, Verlage und Grossisten, müssen sich einig sein und auf dieser Basis eine Vereinbarung schließen“, betonte der Jurist.

Er sei davon überzeugt, dass alle Beteiligten am Erhalt der Pressevielfalt interessiert sind. Auch das Bundeskartellamt habe in seinem Duldungsschreiben allerdings nicht gesagt, dass die von den Verlagsparteien beabsichtigte Neustrukturierung des Pressevertriebs rechtens sei. „Es hat lediglich festgestellt, dass die Pläne den GWB-Vorgaben für eine kartellrechtliche Privilegierung nahekommen“, sagte Kühling. Dies reiche für eine Rechtssicherheit nicht aus.

Quelle: epd medien 06/2026

Prof. Dr. jur. Jürgen Kühling ist Inhaber des Lehrstuhls für Öffentliches Recht, Immobilienrecht, Infrastrukturrecht und Informationsrecht an der Universität Regensburg

ACKERMANN: „NOT FIT FOR FUTURE – ZUR UNTAUGLICHKEIT DES § 30 ABS. 2A GWB ALS GRUNDLAGE FÜR EINE NEUORDNUNG DES PRESSEVERTRIEBS“

Prof. Dr. Ackermann von der LMU München hat in seiner in der Fachzeitschrift „Wirtschaft und Wettbewerb (WuW)“ erschienenen Abhandlung die Duldung der von einigen Verlagen und Presse-Grossisten angestrebten Neuorganisation des Pressevertriebs durch das Bundeskartellamt aus Sicht des deutschen und europäischen Wirtschafts- und Kartellrechts untersucht. Er kommt zu dem Ergebnis, dass „§ 30 Abs. 2a GWB als Grundlage für eine Neuordnung des Pressevertriebs untauglich“ ist.

Wie die wissenschaftliche Abhandlung aufzeigt, „handelt es sich jedoch bei dieser Vorschrift [§ 30 Abs. 2a GWB] in Anknüpfung an die unionsrechtliche Praxis und die BGH-Rechtsprechung um eine Betrauung im Sinne von Art. 106 Abs. 2 AEUV, die nur der herkömmlichen Organisation des Presse-Grosso kartellrechtliche Immunität verschafft. Es ist nicht nur rechtlich angreifbar, sondern auch für den Wettbewerbsschutz misslich, dass das Bundeskartellamt aufgrund eines offenbar unbedachten Fehlgriiffs die nur für das herkömmliche Presse-Grosso geltende Privilegierung im FFF-Fall zur Legalausnahme erweitert und auf Dauer gestellt hat. Richtigerweise muss das FFF-Projekt ohne jegliche Privilegierung am deutschen und, bei Überschreitung der Zwischenstaatlichkeitsschwelle, auch am europäischen Kartellverbot gemessen werden.“

Quelle: Wettbewerb und Wirtschaft (WuW) 05/2026

Prof. Dr. jur. Thomas Ackermann ist Inhaber des Lehrstuhls für Bürgerliches Recht, Europäisches und Internationales Wirtschaftsrecht an der Ludwig-Maximilians-Universität München

WISSENSCHAFTLICHER DIENST DEUTSCHER BUNDESTAG –WD 7

„Darzustellen ist die Struktur der kartellrechtlichen Privilegierung des Pressevertriebs (im Folgenden: Presse-Grosso) und die für diese Privilegierung zu erfüllenden Tatbestandsmerkmale:

„(...) § 30 Abs. 2a GWB privilegiert lediglich Branchenvereinbarungen zwischen Vereinigungen von Presseverlagen einerseits und Vereinigungen von Presse-Grossisten andererseits. Voraussetzung ist, dass die jeweiligen Unternehmen den Vereinigungen, die sie vertreten, auch entsprechende Vollmachten erteilt haben. Insofern ist die Privilegierung beschränkt auf Vereinigungen von solchen Großhändlern für Zeitungen und Zeitschriften, die sich an dem herkömmlichen Vertriebssystem für Presseprodukte beteiligten. (...)“

Aus dieser Beschränkung des Kreises der Beteiligten ergibt sich umgekehrt, dass andere Unternehmen, die Zeitungen und Zeitschriften vertreiben, und deren Verbände nicht durch § 30 Abs. 2a GWB privilegiert werden. Zu nennen sind hier beispielsweise Bahnhofsbuchhandlungen. (...)“

Quelle: Deutscher Bundestag, WD 7 – 3000 – 033/26

Politik

„Die Presse-Grosso-Allianz ist, wie auch die einzelnen Pressegrossisten vor ihr, an die Grundsätze der Neutralität, des diskriminierungsfreien Vertriebs und der flächendeckenden Verfügbarkeit gebunden. Für eine Beurteilung der Initiative „Fit for Future“ und etwaige Schlussfolgerungen ist es zu früh. Derzeit läuft noch ein Verfahren vor dem Oberlandesgericht Düsseldorf zur Entscheidung des Bundeskartellamtes.“

MdB Gitta Connemann (CDU/CSU)

Parlamentarische Staatssekretärin für Wirtschaft und Energie

„Vielfältige Presseversorgung ist in Gefahr – und die Bundesregierung schaut schulterzuckend dabei zu. Das geht aus meiner Anfrage zur Umstrukturierung des Grosso-Vertriebssystems hervor. Die Bundesregierung muss sich aktiv für den Schutz von Medienvielfalt – insbesondere kleiner Verlage einsetzen.“

MdB Dr. Anna Lührmann (Bündnis 90/Die Grünen)

Stellvertretende Vorsitzende Bundestagsausschuss für Digitales und Staatsmodernisierung

„Gleichzeitig müssen wir die bestehenden Strukturen sichern, die Meinungsvielfalt praktisch ermöglichen. Dazu gehört insbesondere das bewährte System des Pressegroßhandels. 13 mittelständische Presse-Grossisten sorgen täglich dafür, dass rund 74.000 Verkaufsstellen in Stadt und Land diskriminierungsfrei mit einem vielfältigen Presseangebot versorgt werden. Das verhindert zu starke Marktkonzentration und sichert faire Wettbewerbsbedingungen. Wir dürfen nicht zulassen, dass einzelne Akteure über Sichtbarkeit und Verfügbarkeit von Presseerzeugnissen entscheiden. Diese neutral organisierte Vertriebsstruktur ist ein zentraler Pfeiler der Pressefreiheit und muss unbedingt erhalten bleiben.“

SPD-Bundestagsfraktion

Pressemitteilung am 7. Mai 2026

ANALYSE

Presse-Grosso als Garant für Pressevielfalt und -versorgung

Pressefreiheit endet nicht bei der Redaktion: Erst ein verlagsunabhängiger, neutral organisierter Vertrieb gewährleistet flächendeckende Verfügbarkeit – genau dafür steht § 30 Abs. 2a GWB. Eine Analyse von Martin Schiessl.

Anlass für diese Analyse ist die aktuelle Debatte um das sogenannte „Fit for Future“-Modell (FFF): Eine Gruppe von Verlagen strebt eine grundlegende Neuordnung des Pressevertriebs an – weg vom verlagsunabhängigen Presse-Grosso, hin zu einer stärker zentralisierten, verlagsnah organisierten Vertriebsstruktur. Ob ein solcher struktureller Systemwechsel noch von § 30 Abs. 2a GWB gedeckt ist, ist damit zur zentralen Rechtsfrage der Branche geworden.

Pressefreiheit ist eine Frage der Struktur
Pressefreiheit braucht Vertriebsfreiheit. Vertriebsfreiheit braucht strukturell gewährleistete Neutralität. Nur wenn der Vertrieb von vornherein strukturell neutral organisiert ist, ist sichergestellt, dass Presseerzeugnisse (a) flächendeckend, (b) diskriminierungsfrei und (c) ohne vorgelagerte Einflussmöglichkeiten in den Markt gelangen.¹

Die entscheidende Wirkungskette
Wird Neutralität geschwächt, wird Vertriebsfreiheit geschwächt. Wird Vertriebsfreiheit geschwächt, wird Pressefreiheit geschwächt. Wird Pressefreiheit geschwächt, wird Pressevielfalt geschwächt. Deshalb ist die Ausgestaltung des Pressevertriebs kein Branchen-, sondern ein medienpolitisches Thema von Verfassungsrang (Art. 5 GG).

Warum das bestehende System funktioniert
Das Presse-Grosso ist historisch genau entlang dieser Anforderungen gewachsen und zeichnet sich strukturell aus durch: (a) überwiegende Verlagsunabhängigkeit, (b) verbandsgetragene Koordination und (c) eine eigenständige Wirtschaftsstufe zwischen Verlag und Handel. Diese Kombination gewährleistet Neutralität nicht nur organisatorisch, sondern strukturell.

Ein System, das mehrfach auf die Probe gestellt wurde

2004 verpflichteten sich Verlags- und Grossistenverbände in einer „Gemeinsamen Erklärung“ darauf, das bestehende System zu erhalten und insbesondere keine Ausweitung verlagsgebundener Grossobetriebe anzustreben. Der Gesetzgeber verzichtete daraufhin zunächst bewusst auf eine eigene Regelung. Dass diese Selbstverpflichtung nicht dauerhaft trug, zeigte sich 2012: Auf Klage der Bauer Vertriebs KG erklärte das LG Köln das zentrale Verhandlungsmandat des Bundesverbandes Presse-Grosso für kartellrechtswidrig – ein ernsthafter Versuch, die gemeinsame Struktur einseitig aufzubrechen. Erst daraufhin kodifizierte der Gesetzgeber 2013 die Struktur verbindlich in § 30 Abs. 2a GWB. Mit FFF unternimmt nun eine Gruppe von Verlagen den nächsten Versuch, die Vertriebsstruktur zugunsten einzelner Marktteilnehmer zu verändern.

Governance ersetzt keine Struktur

Neutralität, die lediglich über Governance-Regeln oder interne Mechanismen „organisiert“ wird, ist keine gleichwertige Gewährleistung. Funktioniert sie im Einzelfall nicht, ist der Schaden bereits eingetreten – unter Umständen irreversibel. Strukturelle Neutralität wirkt präventiv, organisierte Neutralität wirkt reaktiv.

Der Blick nach Frankreich

Frankreich zeigt, wohin ein zentralisiertes Modell führen kann. Dort organisiert France Messagerie den Vertrieb der Tagespresse zentral. Regionale „Dépositaires“ sind mandatierte Vertriebspartner, kein eigenständig-neutrales Großhandelssystem. Nach Angaben der staatlichen Aufsichtsstelle CRDP kommt Frankreich 2025 auf rund 19.700 Verkaufsstellen – eine Presseverkaufsstelle je 3.375 Einwohner. In Deutschland versorgt der Pressegroßhandel nach der GVPG-Vollerhebung 2025 noch 74.359 Verkaufsstellen – eine je 1.123 Einwohner. Das deutsche Netz ist damit rund dreimal so dicht wie das französische, obwohl auch hierzulande die Zahl der Verkaufsstellen rückläufig ist. Frankreich stützt sein System zudem durch ein gesetzlich vorgeschriebenes Ausgleichssystem (Loi Bichet) mit Zahlungen der Presseunternehmen in Millionenhöhe an das Vertriebsnetz. Zentralisierung mag also möglich sein – flächendeckende Versorgung und Effizienz aus eigener Kraft garantiert sie nicht.²

Die zentrale Rechtsfrage

Es stellt sich die entscheidende Frage, ob § 30 Abs. 2a GWB eine strukturelbundene Betrauung oder eine modelloffene Legalausnahme ist. Davon hängt ab, ob

neue Modelle wie FFF überhaupt kartellrechtlich privilegiert sein können.

Die Rechtslage

§ 30 Abs. 2a GWB ist unionsrechtlich als Betrauung (Art. 106 Abs. 2 AEUV) zu verstehen. Eine Betrauung setzt (a) eine konkrete Aufgabe, (b) konkrete Struktur und (c) eine konkrete Zuordnung voraus. Diese Einordnung hat der Bundesgerichtshof 2015 bestätigt und Stumpf im Anschluss daran dogmatisch vertieft.³

Konsequenz

§ 30 Abs. 2a GWB schützt die bestehende Struktur des Presse-Grosso – nicht ihre Ablösung. Neue Modelle sind daher grundsätzlich am allgemeinen Kartellrecht zu messen (§ 1 GWB / Art. 101 AEUV).

Reform ja, wenn strukturgerecht

Die Presse-Grossisten stellen sich nicht gegen Veränderung. Im Gegenteil: (a) Konsolidierung ist notwendig, (b) Effizienzsteigerung ist geboten und (c) Weiterentwicklung ist zwingend. Aber: Innerhalb der bestehenden Strukturprinzipien wie Verlagsunabhängigkeit, Neutralität, verbandsgetragene Koordination. Das System istentwicklungsfähig – aber nicht beliebig ersetzbar.

Abschließende Feststellung

§ 30 Abs. 2a GWB ist kein Freifahrtschein für neue Vertriebsmodelle. Er ist die rechtliche Absicherung einer funktionierenden, strukturell neutralen Vertriebsordnung.

Martin Schiessl

Geschäftsführender Gesellschafter Presse-Schiessl

¹LG Köln, Urteil vom 14.02.2012 – 88 O (Kart) 17/11

²CRDP, „Chiffres clés“ (Stand 2025); Gesamtverband Pressegroßhandel, EHASTRA-Vollerhebung (Stand KW 39/2025); Statistisches Bundesamt (Destatis), Bevölkerungsstand; Arcep, Distribution de la presse (Loi Bi-chet)

³BGH, Urteil vom 06.10.2015 – KZR 17/14; BT-Drs. 17/11053, S. 18; Ackermann, WuW 5/2026; Kühling, ZUM 1/2013; Burgi, EuZW 2017, 90; Schwarze, NZKart 7/2013; Stumpf, WuW 2017, 13

BUNDESTAGSDEBATTE ÜBER LOKALJOURNALISMUS

„Lokalmedien sind ein unverzichtbarer Baustein unserer Demokratie“

Bei einer vereinbarten Debatte im Bundestag am 7. Mai 2026 würdigten Medienpolitiker den Lokaljournalismus als das „Immunsystem einer Region“, wie Staatsminister für Kultur und Medien Wolfram Weimer erklärte.

Angesichts wirtschaftlicher und digitaler Umbrüche sprach sich der Kulturstatsminister unter anderem für faire Wettbewerbsbedingungen und den Erhalt werbefinanzierter Erlösmodelle aus. „Wir sollten daher Big-Tech-Plattformen endlich den gleichen presserechtlichen Regularien unterwerfen, die für Lokalzeitungen auch gelten. Wir sollten kostenfreie Werbefinanzierer Erlösmodelle dringend erhalten und von immer neuen Werbebeschränkungen absehen.“

„Lokaljournalismus schafft Transparenz über politische Entscheidungen in Bund, Land und Kommune für die Bürger vor Ort“, so der SPD-Medienpolitiker MdB Holger Mann. Gerade in

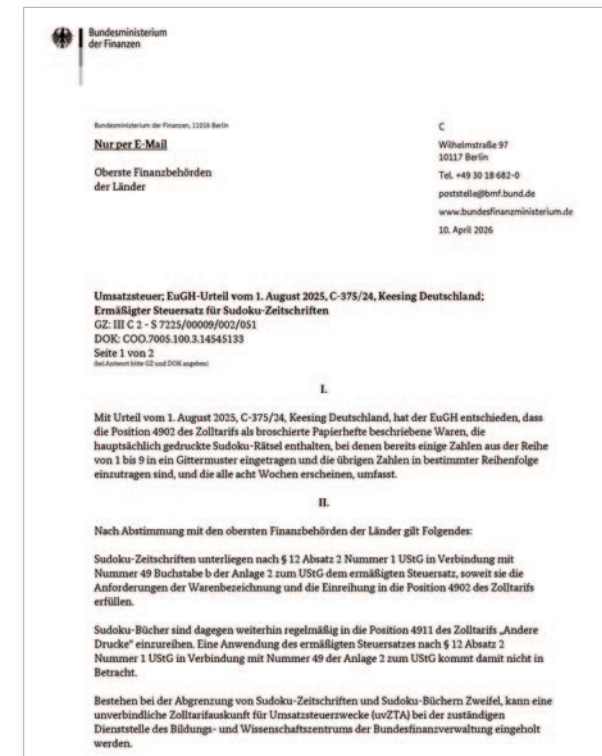
Zeiten wachsender Desinformation und gesellschaftlicher Polarisierung „brauchen wir starke, unabhängige und vielfältige lokale Medien mehr denn je.“ Aus sozialdemokratischer Sicht sei klar: Meinungsvielfalt dürfe kein Zufallsprodukt des Marktes sein. Sie sei eine demokratische Notwendigkeit. „Wir setzen uns deshalb dafür ein, große digitale Plattformen, die journalistische Inhalte nutzen und verbreiten, stärker in die Verantwortung zu nehmen.“ MdB Dr. Anna Lührmann teilte aus Sicht der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen den Befund, wonach die Finanzierung eines unabhängigen Journalismus in Gefahr sei. Sie forderte die Bundesregierung zum Handeln auf.

Es sei unverständlich, dass die Digitalabgabe noch nicht realisiert sei, obwohl diese im Koalitionsvertrag vereinbart sei. „Handeln Sie endlich! Digitalabgabe jetzt, kluge, staatsferne Medienförderung. Das brauchen die freien Medien in unserem Lande statt warmer Worte an Jahrestagen wie jetzt.“

Die SPD-Bundestagsfraktion veröffentlichte anlässlich der Bundestagsdebatte über Lokaljournalismus eine Pressemitteilung. Darin thematisiert die Fraktion auch das „bewährte System des Pressegroßhandels“. „Diese neutral organisierte Vertriebsstruktur ist ein zentraler Pfeiler der Pressefreiheit und muss unbedingt erhalten bleiben.“



Plenarsaal im Reichstagsgebäude



BMF-Schreiben an die Obersten Finanzbehörden der Länder zur Besteuerung von Sudoku-Zeitschriften

SUDOKU-ZEITSCHRIFTEN

EuGH und Finanzbehörden bestätigen Mehrwertsteuer-Präferenz

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) und die deutschen Finanzbehörden haben bestätigt: Für Sudoku-Zeitschriften gilt der ermäßigte Steuersatz.

Das Bundesministerium der Finanzen hat den obersten Finanzbehörden der Länder dazu ein Schreiben geschickt. Darin steht: Der ermäßigte Steuersatz gilt für Sudoku-Zeitschriften, wenn sie die Anforderungen der Warenbezeichnung erfüllen und in die Position 4902 des Zolltarifs eingeordnet werden. Für Sudoku-Bücher gilt das weiter nicht. Sie sind in der Regel der Position 4911 des Zolltarifs „Andere

Drucke“ zuzuordnen. Deshalb kann für sie der ermäßigte Steuersatz nicht angewendet werden. Mit dem Schreiben ordnet das Bundesministerium der Finanzen ein Urteil des Europäischen Gerichtshofs ein. Der EuGH hat am 01.08.2025 entschieden, dass die Position 4902 des Zolltarifs auch periodisch erscheinende gedruckte Sudoku-Rätsel umfasst. Gemeint sind Hefte mit Sudoku-Rätseln, in denen schon einige Zahlen von

eins bis neun in ein Gitter eingetragen sind und die übrigen Zahlen in einer bestimmten Reihenfolge ergänzt werden müssen.

Das Urteil hat das Aktenzeichen C-375/24, Keesing Deutschland

EU-ENTWALDUNGSVERORDNUNG

Rechtssicherheit für Verlage und Pressehandel

Der Gesamtverband Pressegroßhandel und seine Mitglieder haben im Jahr 2025 die Vorbereitungen zur vorgesehenen Anwendung der EU-Entwaldungsverordnung ausgebaut. Der Pressegroßhandel unterstützt die Ziele der EUDR. Die angekündigten Nachweispflichten belasten allerdings mittelständische Branchen wie das Presse-Grosso unnötig. Daher begrüßt der Gesamtverband die Ende 2025 erfolgte EUDR-Neuregelung sowie die Befreiung der Presse von der Regulierung.

Die Einigung erfolgte am 04.12.2025 im Rahmen des EU-Trilogs und wurde in Folge durch EU-Rat und EU-Parlament formal bestätigt sowie im EU-Amtsblatt veröffentlicht. EU-Kommission, -Parlament und -Rat greifen mit der Überarbeitung zentrale Forderungen zahlreicher Wirtschafts- und Branchenverbände, darunter auch des Grosso-Verbandes, auf. Wie ursprünglich von der Kommission vorgesehen, werden fertige Druckerzeugnisse wie Zeitungen, Zeitschriften und Bü-

cher von der EUDR ausgenommen. Damit werden Presse- und Buchverlage sowie Pressevertriebe vor unverhältnismäßigen Anforderungen geschützt und erhalten die nötige Rechtssicherheit. Die EU setzt mit ihrer Entscheidung ein wichtiges Zeichen für Entbürokratisierung und für Pressefreiheit:

- Verschiebung der EUDR um 12 Monate
- Entlastung der gesamten nachgelagerten Lieferkette



Auf 17.12.2025 gibt das Europäische Parlament den Aufschub und die Vereinfachung der EUDR bekannt

- keine unnötigen Wiederholungen von Sorgfaltserklärungen mehr
- keine Pflicht zur Datenweitergabe bis zum Handel
- Ausnahme für bestimmte Printprodukte

Der Pressegroßhandel begrüßt die formale Bestätigung der überarbeiteten EU-Entwaldungsverordnung in einem Statement:

„Der Gesamtverband Pressegroßhandel begrüßt die formelle Bestätigung der im Trilog erzielten Einigung der überarbeiteten EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) durch das Europäische Parlament am 17. Dezember 2025. Somit besteht Klarheit darüber, dass fertige Druckerzeugnisse wie Zeitungen, Zeitschriften und Bücher nicht unter den Anwendungsbereich der Verordnung fallen. Diese Bestätigung ist eine wichtige Entscheidung zur Förderung gedruckter Presse als Garant für Pressefreiheit und Überallerhältlichkeit. Die Unternehmen des überwiegend mittelständisch geprägten Pressegroßhandels sowie ihre Partner in der Papierwertschöpfungskette erhalten die notwendige Rechts- und Planungssicherheit und werden von unpraktikablen administrativen Aufgaben entlastet.“

Der Pressegroßhandel steht zu den übergeordneten Zielen des nachhaltigen Wirtschaftens und der Vermeidung von Entwaldung. Die Grosso-Unternehmen arbeiten durch die Bündelung der Zeitschriften und Zeitungen in der Presselogistik auf einem Fahrzeug hoch effizient und nachhaltig. Unverkaufte Ware wird vom Handel zurückgenommen und der Wiederverwertung zugeführt. Mehr als 80 Prozent der gelesenen Presseprodukte, die in private Altpapiersammlungen gehen, werden wiederverwertet. Der Pressegroßhandel hatte sich daher frühzeitig mit der geplanten EUDR befasst. Der Berufsstand bereitete sich in enger Zusammenarbeit mit den Partnern aus Verlagen und Einzelhandel intensiv auf die geplante Einführung vor und investierte erhebliche Ressourcen. In der vorgesehenen Form wäre die EUDR angesichts der Besonderheiten des Pressesortiments nicht praktikabel gewesen. Daher beteiligte sich der Gesamtverband Pressegroßhandel



Die Branchenverbände informieren über die Neuregelung der EUDR

an politischen Initiativen seines Dachverbandes BGA sowie innerhalb der Branche an den Aktivitäten der Verlegerverbände für Erleichterungen und eine generelle Ausnahme fertiger Druckerzeugnisse bzw. unterstützte diese. Der Dank gilt allen Expertinnen und Experten in den verschiedenen Arbeitsgruppen des Grosso-Verbandes bzw. den verbände-übergreifenden Gremien, die sich in den Bereichen Nachhaltigkeit, Marketing/Vertrieb und IT mit der EUDR über Monate hinweg intensiv befasst haben sowie den Verlegerverbänden für die Federführung in der politischen Kommunikation.“

Kai-Christian Albrecht
Hauptgeschäftsführer
Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.



Marketing zwischen zunehmender Regulierung und Digitalisierung

Im Geschäftsjahr 2025 stand die Arbeit des Fachressorts EH-Marketing im Zeichen der Weiterentwicklung des POS-Marketings. Auch digitale Projekte wurden ausgebaut. Gleichzeitig wuchsen die Anforderungen durch gesetzliche Vorgaben. Sie wirken sich auf Abläufe und auf strategische Entscheidungen aus.

Weiterentwicklung der Warenpräsentation am Point of Sale

Ein zentraler Schwerpunkt lag auf der fortgesetzten Umrüstung der Verkaufsregale auf das neue Warenpräsentationsschema. Ziel ist eine verbesserte Kundenorientierung am Point of Sale unter Berücksichtigung struktureller Veränderungen im Pressemarkt, insbesondere hinsichtlich Titelvielfalt und Umsatzrelevanz einzelner Objektfamilien. Die Umstellung erfolgt in enger Abstimmung mit den Handelspartnern und stellt einen wesentlichen Baustein für eine zukunftsfähige und standardisierte Präsentation des Pressesortiments dar. Das Regalbeschriftungskonzept wird abhängig von der jeweiligen

Regalgröße in drei Skalierungsstufen umgesetzt: Prestige, Medium und Basis. Im Berichtsjahr wurden bundesweit mehr als 8.500 Regale umgerüstet. Einzelne filialisierte Handelsketten erreichten eine Umsetzungsquote von mehr als 70 Prozent. Damit entwickelt sich das neue Regalschema immer mehr zum Marktstandard.

Standardisierung durch Objektfamilien

Die systematische Beschriftung und Nummerierung nach Objektfamilien erleichtert dem Verkaufspersonal sowie den Konsumentinnen und Konsumenten die Ori-

entierung am Regal. Sie unterstützt das tägliche Warenhandling nachhaltig – von der Einräumung bis zur Pflege. Die neuen Objektfamilien sind vollständig in die IT-Systeme der Grosso-Unternehmen integriert und werden auf Liefer- und Remissionsscheinen abgebildet. Dies gewährleistet eine durchgängige Prozesslogik und reduziert Fehlerquellen im operativen Ablauf. Der Außendienst unterstützt die Umsetzung vor Ort durch standortspezifische Aktualisierung der Regalbelegung.

Qualitätsoffensive im Einzelhandel

Im Rahmen der Qualitätsoffensive unterstützte der Pressegroßhandel im Jahr 2025 bundesweit mehr als

	PRESTIGE ab 5 Regalmeter	MEDIUM unter 5 Regalmeter	BASIS bis 2 Regalmeter
Technik, Hobby, Sport	Erotik (01) Computer, Technik (02) Motor (03) Hobby, Kultur (04) Sport (07)	Technik, Hobby, Sport (01, 02, 03, 04, 07)	Technik, Hobby, Sport (01, 02, 03, 04, 07)
Politik & Gesellschaft	Politik, Wirtschaft (06) Gesellschaft (09)	Politik, Gesellschaft (06, 09)	Politik, Gesellschaft (06, 09)
Zeitungen	Zeitungen (17)	Zeitungen (17)	Zeitungen (17)
TV-Programm	TV-Programm (08)	TV-Programm (08)	TV-Programm (08)
Wohnen, Familie, Essen	Haus, Garten, Familie (11) Land, Heimat (21) Essen, Kochen (13)	Wohnen, Familie (11, 21) Essen, Kochen (13)	Wohnen, Familie, Essen (11, 21, 13)
Frauen, Mode, Unterhaltung	Frauen, Premium (12) Mode (14) Frauen, Unterhaltung (22) Frauen wöchentlich (18) Rätsel (16) Romane (26)	Frauen, Premium, Mode (12, 14) Frauen, Unterhaltung (22) Frauen wöchentlich (18) Romane, Rätsel (16, 26)	Frauen, Unterhaltung, Rätsel (12, 14, 22, 18, 16, 26)
Jugend, Kinder	Jugend, Kinder (10)	Jugend, Kinder (16)	Jugend, Kinder (16)

Das neue Regalbelegungsschema mit Prestige-, Medium- und Basis-Planung

3.900 selbstständige Presse- und Lebensmitteleinzelhändler sowie Tankstellen bei der Modernisierung ihrer Verkaufsflächen. Die Maßnahmen umfassen unter anderem:

- Ladenumbauten und Regalmodernisierungen
 - Investitionen in Stufenträgerregale
 - Optimierung der Warenbeleuchtung
 - Einsatz von Orientierungssystemen
 - Sortimentsoptimierungen und Schulungen
- Ein wesentlicher Bestandteil war die Integration des neuen Regalbelegungsschemas. Langfristige

Die KUNDEN
sind einzigartig

Das SORTIMENT
ist individuell

Das REGAL passt
sich an

Das Regal wird
standortspezifisch angepasst

Auswertungen zeigen, dass die verbesserte Warenpräsentation nachhaltig zu Umsatzsteigerungen beiträgt.

Digitalisierung und IT-gestützte Prozesse

Im Zuge des strukturellen Wandels gewinnt die Digitalisierung im Pressevertrieb weiter an Bedeutung. Ein zentrales Instrument ist die Branchenapplikation OPTIPRESS, deren Einsatz im Berichtsjahr weiter ausgebaut wurde. Die Anwendung ermöglicht eine standardisierte, IT-gestützte Sortiments- und Remissionsbearbeitung direkt am Regal. Über mobile Endgeräte werden Presseprodukte per Barcode erfasst und mit Handlungsempfehlungen versehen, etwa zur Remission oder zur optimalen Platzierung im Regal. Durch die flächendeckende Einführung konnte:

- die Prozessqualität erhöht
- die Effizienz im Warenhandling gesteigert
- und die datenbasierte Steuerung im Einzelhandel gestärkt werden

Damit leistet OPTIPRESS einen wesentlichen Beitrag zur Standardisierung und Digitalisierung operativer Abläufe.

Weitere Informationen bietet die OPTIPRESS-Microsite:



Verkaufsförderung und Aktionsmarketing

Neben strukturellen und digitalen Maßnahmen bleibt die direkte Verkaufsförderung ein zentraler Bestandteil der Marketingstrategie. Im Jahr 2025 wurden gemeinsam mit der Großkundenbetreuung insgesamt 20 Aktionskampagnen in 28 Varianten in über 20.000 Filialen umgesetzt.

Bodendisplays setzen gezielte Impulse für Zusatzkäufe und orientieren sich an saisonalen sowie gesellschaftlich relevanten Anlässen. Ein besonderes Highlight war die bundesweite Vermarktung des



Asterix-Bandes 41. Controlling-Auswertungen belegen regelmäßig signifikante Mehrverkäufe durch diese Maßnahmen.

Gleichzeitig tragen sie zur Aufwertung gesamten Pressepräsentation am Point of Sale bei.

Bodendisplay für den Bestseller 'Asterix in Lusitanien'

Umsetzung regulatorischer Anforderungen

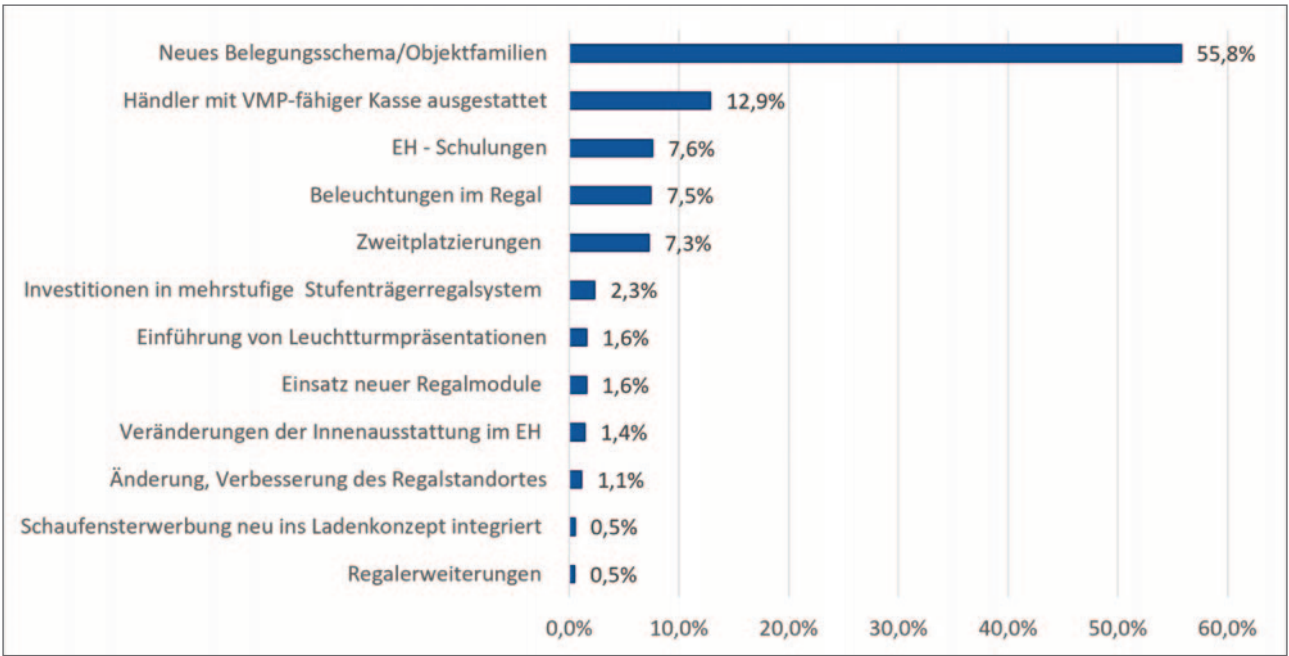
Ein wachsender Anteil der Aktivitäten entfiel auf die Vorbereitung und Umsetzung regulatorischer Vorgaben.

EU-Entwaldungsverordnung

Die Vorbereitung auf die Anforderungen der EU-Entwaldungsverordnung erforderte intensive Abstimmungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Im Fokus standen insbesondere:

- Klärung von Verantwortlichkeiten
- Definition von Datenschnittstellen
- Aufbau von Dokumentationsprozessen

Mit der im Dezember 2025 bestätigten Entscheidung, dass fertige Druckerzeugnisse nicht in den Anwendungsbereich der Verordnung fallen, konnte für die Branche Planungssicherheit geschaffen werden.



vielfältige Maßnahmen der Qualitätsoffensive

Einführung der elektronischen Rechnung (E-Rechnung)

Im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben wurde ein einheitlicher Branchenstandard für elektronische Rechnungen entwickelt. Dieser basiert auf dem hybriden ZUGFeRD-Format, das eine visuelle Darstellung mit strukturierten XML-Daten kombiniert.

Die Lösung berücksichtigt spezifische Anforderungen des Pressevertriebs, darunter:

- doppelte Preisbindung
- Wochenabrechnungen
- Verzicht auf separate Korrekturbelege
- Sammelaufstellungen zu Informationszwecken

Die Entwicklung erfolgte in enger Abstimmung mit allen relevanten

Marktpartnern und befindet sich in der Umsetzungsphase. Ziel ist eine flächendeckende Implementierung in den Warenwirtschaftssystemen. Der neue Standard ermöglicht es, gesetzliche Anforderungen effizient umzusetzen

und gleichzeitig die digitale Weiterverarbeitung in Buchhaltungsprozessen zu optimieren.

Elmar Mathews

Referent Marketing, Geschäftsführer
Presse-Grosso Marketing GmbH

Einordnung: Marketing im Marktumfeld

Die Aktivitäten des Fachressorts Marketing bewegen sich zunehmend im Spannungsfeld zwischen wirtschaftlicher Optimierung, strukturellem Wandel und regulatorischen Anforderungen. Ziel bleibt es, die Grundprinzipien eines neutralen, flächendeckenden und effizienten Pressevertriebs sicherzustellen und gleichzeitig die Wettbewerbsfähigkeit des stationären Handels zu stärken. Das Fachressort Marketing entwickelt hierfür bundesweite Standards und Praxisempfehlungen und ergänzt damit die operativen Maßnahmen der Pressegroßhändler vor Ort. In enger Zusammenarbeit mit bundesweit 23 Großkundenbetreuern werden die Interessen der Branche gegenüber den Handelspartnern gebündelt und weiterentwickelt.

Presseverkaufsstellen nehmen langsamer ab – Versorgungssicherheit bleibt gewährleistet

Die aktuelle Einzelhandelsstrukturanalyse (EHASTRA) dokumentiert die Entwicklungen im deutschen Pressevertrieb 2025. Trotz anhaltender Herausforderungen halten die Presse-Grossisten ein dichtes Vertriebsnetz von über 74.000 Verkaufsstellen aufrecht.

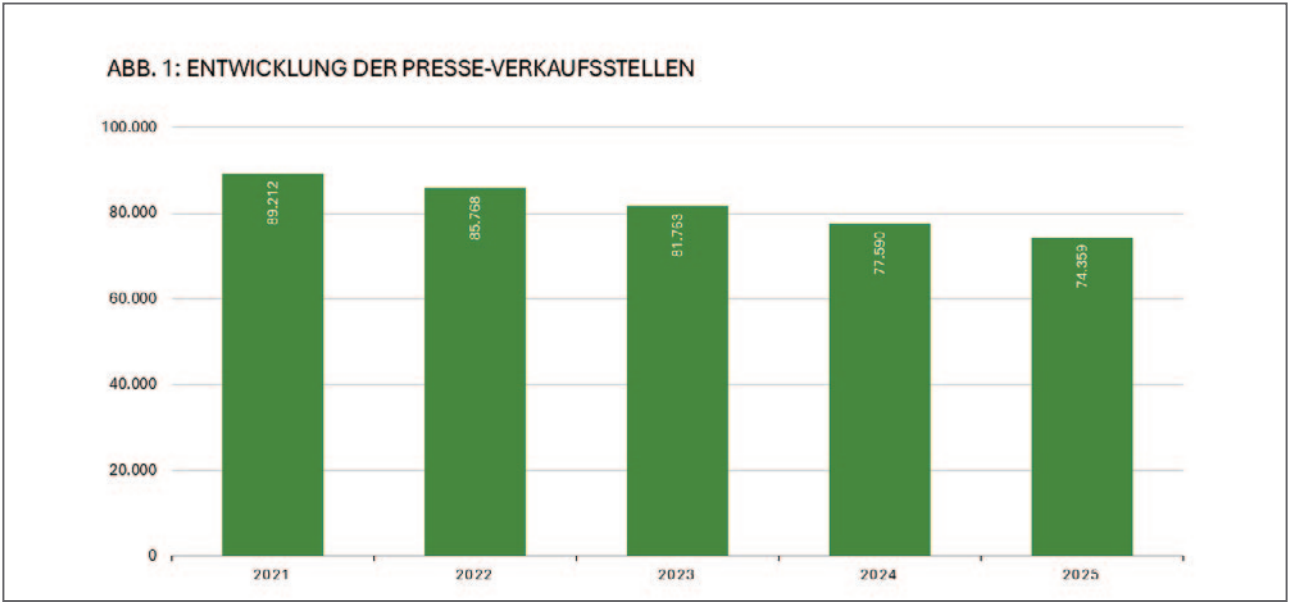
Die bundesweite Verfügbarkeit von Zeitungen und Zeitschriften ist weiterhin zuverlässig gewährleistet.

Das von den deutschen Presse-großhändlern unterhaltene Vertriebsnetz umfasst insgesamt 74.359 Einzelhandelsgeschäfte, die werktäglich mit Zeitungen, Zeitschriften sowie pressenahen Zusatzsortimenten versorgt werden. Mit dieser Dichte und Reichweite bleibt Deutschland führend in der Versorgung mit geistigen Nahrungsmitteln – in Städten ebenso wie im ländlichen Raum. Der Pressegroßhandel garantiert damit auch unter schwierigen Marktbedingungen einen diskriminierungsfreien, flächendeckenden Pressevertrieb.

Händlerrückgang verlangsamt sich – Versorgungssicherheit bleibt gewährleistet
Auch in der diesjährigen Erhebung zeigt sich die Fortsetzung eines bereits bekannten Trends: Filialisierte Vertriebsformen gewinnen Marktanteile, während die Gesamtzahl der Händler sinkt. „Seit Jahren operiert der Presse-großhandel in einem Umfeld, das durch Konsolidierung und strukturelle Veränderungen im Presse-einzelhandel gekennzeichnet ist. Auch 2025 bestätigt sich dieses Muster“, erklärt Georg Dohmes, Team Lead Marktanalyse des Gesamtverbandes Pressegroßhandel. Positiv hervorzuheben ist dabei: Die Geschwindigkeit dieser Entwicklung hat sich im Vergleich zu den Vorjahren verlangsamt. „Wir beobachten keine Beschleunigung der strukturellen Veränderungen mehr – im Gegenteil, der Rückgang flacht etwas ab. Die bundesweite Verfügbarkeit von Presseprodukten ist weiterhin zuverlässig gesichert“, so Dohmes.

Diese Widerstandsfähigkeit des Pressevertriebs verdeutlicht die fortbestehende Bedeutung gedruckter Medien im deutschen Informationsökosystem.

Dynamisches Vertriebsnetz: Expansion und Kontraktion im Wechselspiel
Der Pressevertriebssektor bewies erneut seine charakteristische Dynamik: Mehr als 1.400 neue Presseverkaufsstellen kamen durch aktive Vertriebsarbeit hinzu. Zugleich endete die Zusammenarbeit mit 4.600 Einzelhändlern – mehrheitlich kleinere Geschäfte bis 100 m² Verkaufsfläche – aus unterschiedlichen Gründen. Per Saldo ergibt sich ein Rückgang um 4,2 Prozent auf 74.359 Standorte – eine Verlangsamung gegenüber den Vorjahresraten von 5,1 Prozent und 4,7 Prozent. Andere Versorgungsnetze durchlaufen vergleichbare Veränderungen: Auch bei Apotheken und Geldautomaten setzte sich 2025 der graduelle Rückgang fort.



Geschäftsarten: Große Formate gewinnen, traditionelle Formate verlieren
Die Entwicklung der einzelnen Geschäftsarten im Pressevertrieb zeichnet ein ähnliches Bild wie im Vorjahr: Bäckereien, Kioske und Pressefachhändler mussten erneut die stärksten Verluste hinnehmen, während sich große Drogeriemärkte und große Supermärkte weiterhin positiv entwickeln. Die Discounter zeigen Stabilität.

Die drei wichtigsten Säulen des Presse-einzelhandels bleiben 2025 unverändert: Supermärkte/ LEH, Presse-Fachgeschäfte und Discounter erwirtschaften gemeinsam 66 Prozent des gesamten Presseumsatzes. Auf diese drei Geschäftsarten entfallen etwa 44 Prozent aller Verkaufsstellen.

Großkunden bauen ihre Marktanteile aus
Gebundene oder regiebetriebene Einzelhandelsfilialisten, die als Großkunden klassifiziert werden, bauten ihre Position weiter aus. Ihr Verkaufsstellenanteil wuchs um 1,6 Prozentpunkte auf 59,2 Prozent – das ist deutlich mehr als die Hälfte aller Presse-einzelhandelsgeschäfte. Beim Umsatz dominiert diese Gruppe mit 74,9 Prozent noch stärker, was nahezu ¾ des Gesamtmarktes entspricht. Die unabhängigen Einzelhändler kommen auf 40,8 Prozent der Verkaufsstellen, ihr Umsatzanteil liegt bei 25,1 Prozent. Das vom Pressegroßhandel initiierte und vor allem im Großkundenbereich angewandte Efficient Consumer Response-System „Verkaufstägliche Marktbeobachtung am Point of Sale“ (VMP) bleibt

auf einem stabilen Entwicklungspfad. Die Zahl der aufgeschalteten Einzelhändler beträgt nunmehr 21.587. Diese VMP-Händler übermitteln täglich ihre Verkaufsdaten an den Großhandel und repräsentieren bundesweit 29,0 Prozent aller Verkaufsstellen (+1,8 Prozentpunkte) und erzielen gemeinsam 52,8 Prozent des gesamten Presseumsatzes (+1,0 Prozentpunkte).

Sortimentswachstum trotz schrumpfenden Titelangebots
Nach einer überraschenden Entwicklung im vorherigen Jahr ist auch 2025 das durchschnittliche Pressesortiment auf Jahressicht gestiegen (204,5 Titel pro EH / +1,7), obwohl es insgesamt weniger Titel im Markt gibt. Nach deutlichen Rückgängen in den Jahren 2022 und 2023 (-8,5 / -

Zum Hintergrund

Die Einzelhandelsstruktur-analyse vermittelt detaillierte Erkenntnisse über das Einzelhandelsgeschäft mit Zeitungen und Zeitschriften. Sie kann wöchentlich, quartalsweise oder jährlich bezogen werden. Die Vollerhebung des deutschen Zeitschriften- und Zeitungseinzelhandels wird seit 1970 durchgeführt. Seit 1999 gibt der Pressegroßhandel die EHA STRA heraus, seit 2019 in Verantwortung des Gesamtverband Pressegroßhandel e.V., der die Trägerschaft vom Bundesverband Presse-Grosso e.V. übernommen hat.

14,6) markiert dies eine Trendwende. Romane, Comics und Rätsel (RCR) legten um 2,4 Titel zu und kompensierten damit den Rückgang bei Zeitschriften (-0,5 Titel). Das Zeitungssortiment blieb nahezu konstant. Die durchschnittliche Präsentationsfläche sank dagegen erwartungsgemäß weiter auf 21,8 Bordmeter je Verkaufsstelle (-0,7 BM). Entsprechend verringerte sich der Schuppungsgrad – die durchschnittlich verfügbare Präsentationsfläche pro Objekt – auf exakt 11,6 cm (-0,4 cm). Die Kombination aus mehr Titeln und weniger Regalfläche je Einzelhändler führte zu einer höheren Regalaus-

lastung: 55,1 Prozent der Verkaufsstellen weisen eine durchschnittliche Auslastung von mindestens 100 Prozent auf – ein Plus von 9,2 Prozentpunkten. Für ein ansprechendes Käuferlebnis am Presseregal ist eine durchgängig ausreichende Warenbestückung von zentraler Bedeutung.

Georg Dohmes

Team Lead Marktanalyse & BI

ABB. 3: UMSATZBEDEUTUNG DER GESCHÄFTSARTEN 2025 (ZU 2020)

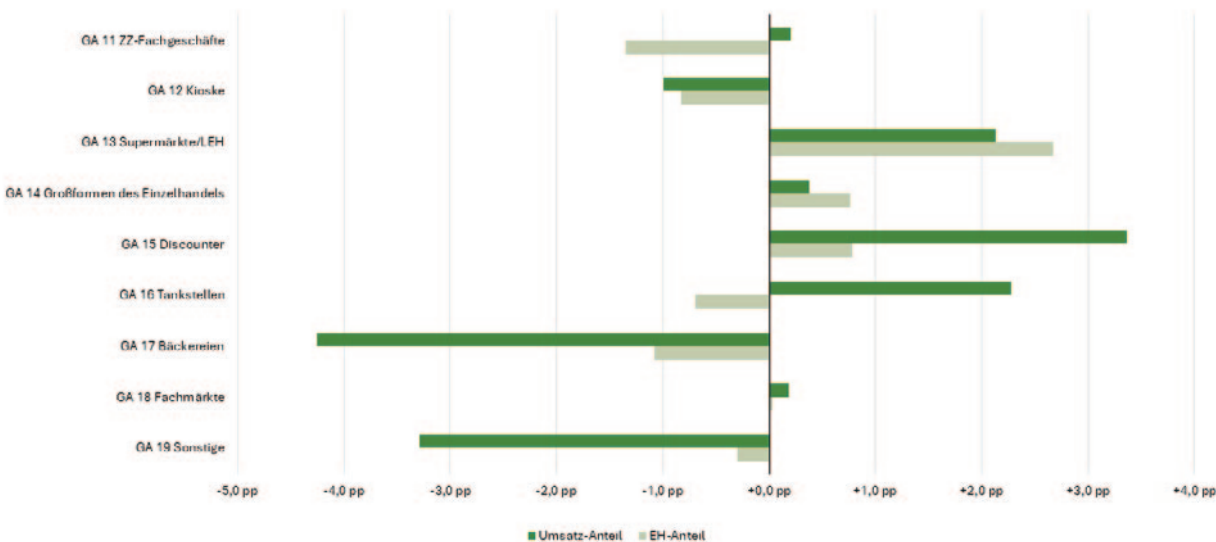


ABB. 2: ORGANISATIONSGRAD IM EINZELHANDEL 2025 (ZU 2020)

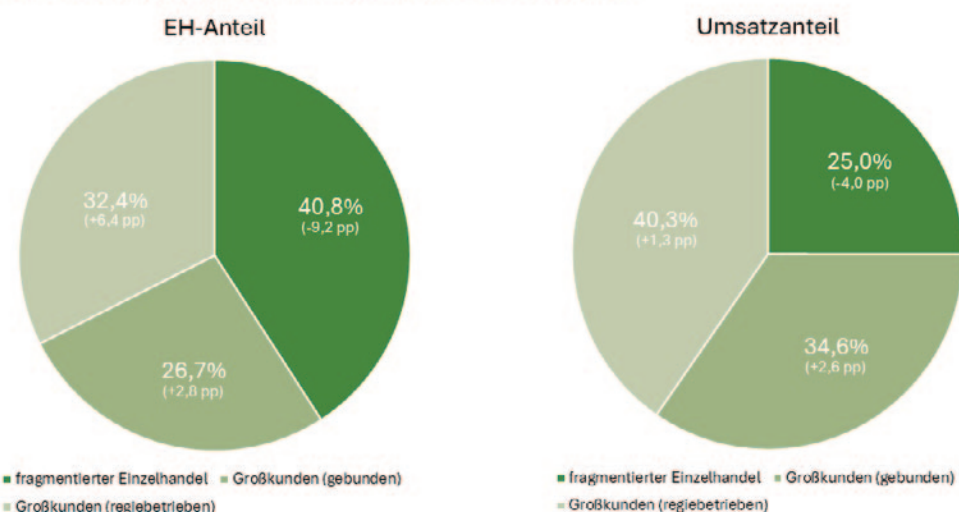
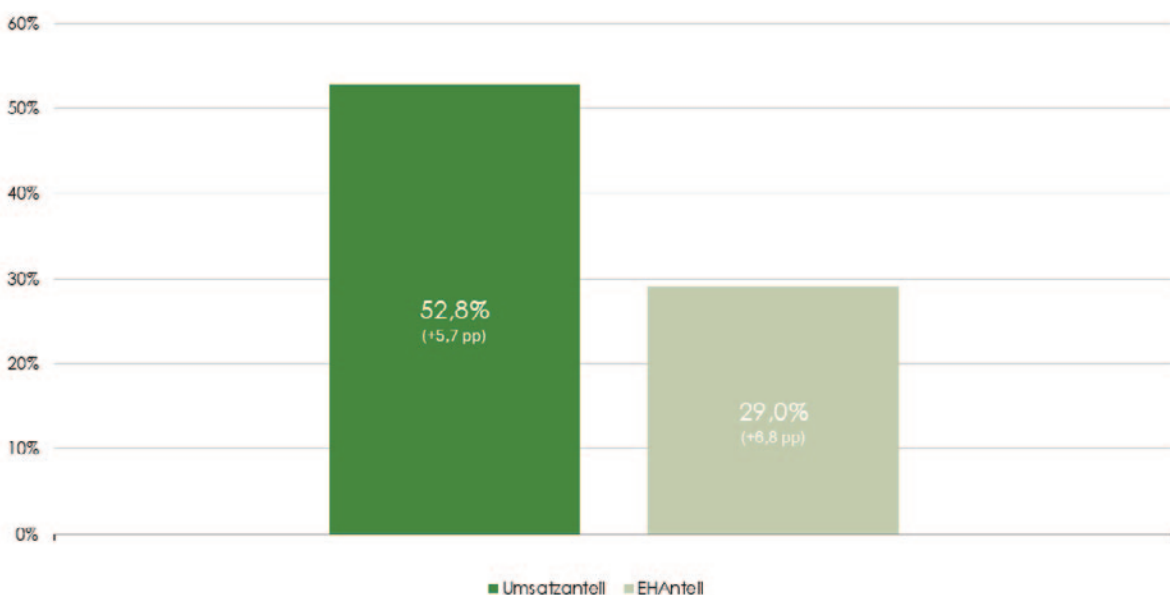


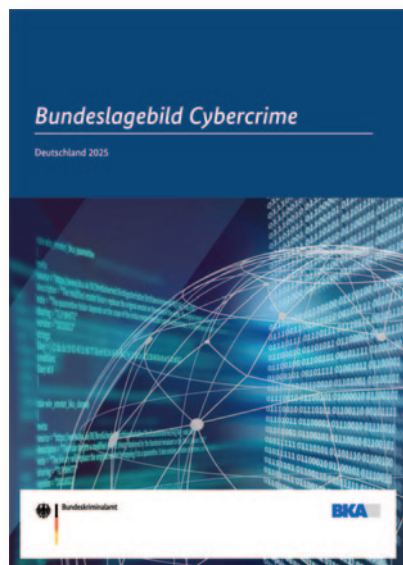
ABB. 4: UMSATZBEDEUTUNG DER VMP-HÄNDLER 2025 (ZU 2020)



CYBERKRIMINALITÄT

Cyberangriff: Effektives Krisenmanagement erhält Handlungsfähigkeit

Die Bedrohungslage im Netz verschärft sich weiter. Laut dem aktuellen ‚Bundeslagebild Cybercrime‘ verursachten Cyberkriminelle 2025 in Deutschland einen Schaden von mehr als 200 Milliarden Euro – ein Plus von zwölf Prozent gegenüber dem Vorjahr.



Besonders schwere Cyberdelikte sowie Angriffe auf Unternehmen, Behörden und kritische Infrastrukturen nehmen zu, das zeigt das Bundeslagebild Cybercrime 2025

Deutschland gilt inzwischen als eines der bevorzugten Angriffsziele, auch die Zahl der Ransomware-Opfer und die Höhe der Lösegeldforderungen steigen. Diese Entwicklung traf im Januar 2026 auch den IT-Dienstleister des Gesamtverbandes Pressegroßhandel und seiner Servicegesellschaft, der im Auftrag der beiden Organisationen die IT-Infrastruktur bereithält und Daten verarbeitet. Das Unternehmen mit Sitz in

Regensburg wurde trotz präventiver Sicherheitsmaßnahmen Opfer eines Cyberangriffs. Anfang Januar 2026 drangen Unbekannte unrechtmäßig in das IT-Ökosystem des Dienstleisters ein, verschlüsselten nahezu alle Systeme und löschten Backups. Von dem Cyberangriff waren auch verschiedene Systeme und Datenbanken, die im Auftrag des Verbandes und der PGM betrieben werden, betroffen. Darunter das Presse-Datawarehouse (PDWH), die EHASTRA- und VMP-Infrastruktur, die Verbandswebsite sowie die App OPTIPRESS. Der Dienstleister schaltete sofort sämtliche Systeme und Websites ab. Ein Daten-

abfluss konnte weitgehend verhindert werden. Die Geschäftsleitung informierte zudem Landeskriminalamt, Datenschutzbehörde, Versicherung sowie Kunden und beauftragte IT-Forensiker zur Analyse des Vorfalls. Der Gesamtverband und die PGM setzten umgehend einen Krisenstab ein und informierten parallel den eigenen Datenschutzbeauftragten sowie die Mitglieder und Geschäftspartner. Der beauftragte externe IT-Experte bestätigte nach Prüfung, dass die Infrastruktur der Verbandsgeschäftsstelle weder betroffen noch Einfallstor des Angriffs war.

In den folgenden Wochen erneuerte der IT-Dienstleister in Abstimmung und mit Unterstützung des Verbandsressorts Marktanalyse die Firewall und Zugänge. Websites, das VMP-Datenclearing und die App OPTIPRESS wurden

mit vereinten Kräften schrittweise wieder in Betrieb genommen. Da die ursprünglichen Backups nicht wiederhergestellt werden konnten, halfen unter anderem eigene MS Fabric-Datenbestände des Verbandes und Code-Repositories des Dienstleisters beim Wiederaufbau. Alle Datenbanken und Verbandsprojekte sind wieder einsatzbereit. Im Zuge der Wiederherstellung wurden neue, erweiterte Sicherheitsmaßnahmen umgesetzt.

Das professionelle Krisenmanagement sowie der hohe Einsatz aller Beteiligten haben sichergestellt, dass der Gesamtverband und seine Servicegesellschaft die Lage unter Kontrolle hatten und schnellstmöglich wieder arbeitsfähig waren. Der Vorfall ist Mahnung und Auftrag für die Zukunft zugleich. Resiliente IT-Systeme, klare Zuständigkeiten und belastbare Backup-Strategien sind wesentliche Erfolgsfaktoren in der heutigen Wirtschaft - so auch im Pressegroßhandel. Der Verband und seine Partner haben in einer kritischen Lage Handlungsfähigkeit bewiesen. Digitale Vorsorge bleibt eine Daueraufgabe.

Weitere Informationen bieten folgende Behörden:

Bundesbeauftragter für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BFDI)



Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI)



Bundeskriminalamt (BKA)



LESEFÖRDERUNG

Wie Zeitschriften den Lesespaß an Schulen steigern

Zeitschriften motivieren zum Lesen, indem sie Neugier wecken und Inhalte auf ansprechende Weise präsentieren – so entsteht Lesefreude fast wie von selbst und nebenbei wird die Lesekompetenz gestärkt. Genau das ist das Ziel der erfolgreichen Initiative ZEITSCHRIFTEN IN DIE SCHULEN von Stiftung Lesen, des Gesamtverbandes Pressegroßhandel und des Medienverbandes der freien Presse.

Mit abwechslungsreichen Inhalten und kurzen Texten die Lust am Lesen spielerisch zu fördern. Mit Magazinen von „Bike“ bis „Bravo“ punktet das Projekt seit 22 Jahren sowohl bei Lehrkräften als auch in den teilnehmenden Klassen. Mit der Auslieferung von insgesamt rund 350.000 Zeitschriften nahmen 2025 wieder

mehr als 7.500 Schulklassen an weiterführenden und beruflichen Schulen teil. Passendes Unterrichtsmaterial und ein breites E-Paper-Angebot des Partners United Kiosk AG ergänzten das Print-Angebot und schufen zusätzlich Lese- und Lernanlässe. Lesen will geübt sein: Denn wirklich Spaß macht nur, was man auch gut beherrscht. Eng be-

schriebene Blätter und seitendicke Wälzer sind nicht für alle Kinder (und Erwachsenen) geeignet. Umso besser lassen sich Zeitschriften in der Leseförderung einsetzen. Sie begeistern mit vielfältigen Themen und eröffnen Kindern und Jugendlichen neue Welten. Angemeldete Schulklassen in weiterführenden und berufsbildenden Schulen bekamen bis zu 20 verschiedene Titel und rund 45 Ausgaben über den gesamten Projektzeitraum, die vom Presse-Grosso kostenlos an die Schulen geliefert wurden.

Unterricht mal anders: Die Kinder und Jugendlichen freuen sich über das umfangreiche Lesematerial



Didaktischer Hintergrund und Feedback von teilnehmenden Schulen

Das häufigste Feedback beteiligter Fachkräfte lautete: Durch den Einsatz von Zeitschriften nehmen Schülerinnen und Schüler die vermittelten Inhalte nicht unbedingt als Unterricht wahr. Die Magazine eignen sich daher bestens, um motivierter zu lesen. Begleitend zur Auslieferung der Zeitschriften stehen für die teilnehmenden Lehrkräfte auf der Website der Stiftung Lesen didaktische Begleitmaterialien für den Einsatz im Unterricht bereit. Mit separaten Arbeitsblättern für die Klassenstufen 5-7 und 8-12 können sinnvolle Abstufungen vorgenommen und um weitere Themen wie die Arbeit mit Sachtexten, den eigenen Medienkonsum und den Umgang mit digitalen Angeboten, Desinformation und Fake News ergänzt werden.

Je nachdem, wie ZEITSCHRIFTEN IN DIE SCHULEN in der Unterrichtsgestaltung eingebunden wird, lassen sich die Arbeitsblätter einzeln bearbeiten oder in einem größer angelegten Projekt, zum Beispiel in einer Projektwoche, zusammenführen.

STATEMENTS DER INITIATOREN UND PARTNER

„Erfolgsprojekte wie ZEITSCHRIFTEN IN DIE SCHULEN beweisen, dass jungen Menschen mit kreativen Wegen mehr Bildungschancen eröffnet werden können. Mein Dank geht daher an unsere langjährigen Projektpartner und alle teilnehmenden Verlage, ohne die das so nicht möglich wäre.“

Sabine Uehlein

Geschäftsführerin Programme der Stiftung Lesen

„Global, national und auch lokal vor Ort – die Themen, die uns im Alltag begleiten, werden immer komplexer. Umso wichtiger ist es, bereits in frühen Jahren Lesekompetenz zu erwerben. Gerade junge Menschen sind anfällig für Desinformation, wie sie massenhaft über soziale Medien verbreitet werden. In gedruckten Magazinen lässt sich stets etwas Neues entdecken. Deshalb engagiert sich der deutsche Pressegroßhandel als Mitbegründer und Partner des Projektes ZEITSCHRIFTEN IN DIE SCHULEN nunmehr im 22. Jahr für niedrigschwellige Leseförderung.“

Kai-Christian Albrecht

Hauptgeschäftsführer Gesamtverband Pressegroßhandel

„Lesen ist die Grundlage, um Informationen zu verstehen und kritisch zu hinterfragen. Zeitschriften bieten jungen Menschen einen niederschweligen Zugang zu aktuellen Themen und fördern dabei nicht nur die Freude am Lesen, sondern auch kritisches Denken und Medienkompetenz. Mit dem Projekt ZEITSCHRIFTEN IN DIE SCHULEN bringen wir gemeinsam mit den Projektpartnern die Vielfalt der Zeitschriftenmedien direkt in die Klassenzimmer.“

Lutz Drüge

Geschäftsführer Die Publikumsmedien im Medienverband der freien Presse

UMWELTSCHUTZ

Erfolgsmodell Freiwillige Selbstkontrolle zur Wiederverwertung von Altpapier

Erfolgreiche Arbeit der Verbändeinitiative AGRAPA – Verwertungsquote grafischer Papiere steigt auf 88,5 Prozent

Die Arbeitsgemeinschaft Grafische Papiere (AGRAPA) hat auf der Sitzung des Altpapierrates am 18. Juni 2025 bekannt gegeben, dass die im Rahmen der Selbstverpflichtung gegenüber dem Bundesumweltministerium festgelegte Verwertungsquote grafischer Papiere erneut übertroffen wurde. Für das laufende Berichtsjahr liegt die Verwertungsquote bei 88,5

Prozent – deutlich über der zugesagten Zielmarke von 80 Prozent (± 3 Prozent). In der Selbstverpflichtung zur Rücknahme und Verwertung von grafischen Papieren in Deutschland der AGRAPA sind 10 Trägerverbände der grafischen Papierkette seit vielen Jahren erfolgreich zusammengeschlossen. Zentrales Thema der diesjährigen Sitzung war die im April 2023 vom Bundesumweltministerium offiziell angenommene Fortführung und Erweiterung der Selbstverpflichtung zur Qualitätssicherung im Altpapierkreislauf. Im Mittelpunkt steht dabei der schrittweise Umstieg auf mineralölfreie Druckfarben im Zeitungsdruck, um langfristig die Qualität des Recyclings sicherzustellen. Bis Ende dieses Jahres soll dabei der erste Meilenstein erreicht sein: Der Mineralöleintrag aus Zeitungsdruckfarben in den Altpapierkreislauf soll im Vergleich zu 2020 um 50 Prozent reduziert werden. Der aktuelle AGRAPA-Jahresbericht macht deutlich, dass dafür weiterhin Anstrengungen notwendig



Einsatz mineralölfreier Druckfarben in der Praxis am Druckstandort Offenbach

sind. Das Bundesumweltministerium würdigte den Erfolg der grafischen Papierkette und lobte die AGRAPA als Beispiel für funktionierende industriegetragene Selbstverpflichtungen. Besonders hervorgehoben wurde der fachliche Mehrwert, den die geplante Dokumentation des Anteils von Mineralöl in Zeitungsdruckfarben für Behörden, Fachöffentlichkeit und Interessengruppen bietet. Im Rahmen der Trägerversammlung wurde Herr Volker Hotop, Technischer Leiter Zeitungsdruck Die-richts, erneut als Vorsitzender der AGRAPA bestätigt.

Quelle AGRAPA



WETTBEWERBE

Ausgezeichnete Leistungen: Deutschlands Bestes Presseregal 2025

Auch im Jahr 2025 unterstützte der Gesamtverband Pressegroßhandel als Partner den Branchenwettbewerb DEUTSCHLANDS BESTES PRESSE-REGAL der RUNDSCHAU für den Lebensmittelhandel.

Der Wettbewerb richtet sich an Lebensmittelmärkte und Tankstellen, die durch eine herausragende Präsentation ihres Presseangebots, eine hohe Sortimentsqualität sowie innovative Vermarktungskonzepte überzeugen. Ziel ist es, die Bedeutung des Presseregals als attraktiven Anziehungspunkt im Markt und als wichtigen Umsatz- und Frequenzträger sichtbar zu machen. Die eingereichten Konzepte werden von einer unabhängigen Fachjury bewertet. Im Mittelpunkt stehen unter anderem die Sortimentsbreite und -aktualität, eine kundenfreundliche Präsentation, verkaufsfördernde Maßnahmen sowie Kreativität und

Innovationskraft bei der Gestaltung des Pressebereichs. Der Gesamtverband Pressegroßhandel engagierte sich erneut in der Jury. Vertriebsexperte Axel Muß und Marketing-Referent Elmar Mathews wirkten an der Bewertung der eingereichten Konzepte mit.

Anerkennung herausragender Leistungen am POS

„Der Berufsstand unterstreicht mit seinem Engagement die Bedeutung eines professionell gestalteten Presseregals für den stationären Handel. Ausgezeichnete Konzepte dienen der Branche als Best-Practice-Beispiele und zeigen, wie durch eine attraktive Warenpräsentation, Orientierung und Sortimentskompetenz die Sichtbarkeit und Wertigkeit von Presseprodukten am Point of Sale nachhaltig gestärkt werden können.“

Axel Muß

Geschäftsleitung 4Press

Elmar Mathews

Referent Marketing Gesamtverband Pressegroßhandel

Deutschlands Bestes Presseregal 2025

Wettbewerb RUNDSCHAU für den Lebensmittelhandel mit Partnern aus der Branche. Ausgezeichnete Leistungen in fünf Kategorien:

- Kategorie Supermarkt: **EDEKA Markt, Berlin** (Siemensstraße)
- Kategorie Verbrauchermarkt: **E-Center Dürr, Tauberbischofsheim**
- Kategorie SB-Warenhaus klein: **EDEKA Einkaufszentrum Mutterstadt KG**
- Kategorie SB-Warenhaus groß: **Marktkauf Cottbus (EDEKA)**
- Kategorie Tankstelle: **Esso-Station Meister GmbH, Großbottwar**

Weitere Informationen finden Sie hier



MITGLIEDERVERSAMMLUNG

Branchentreff unter herausfordernden Rahmenbedingungen

Am 29. April 2025 führte der Gesamtverband Pressegroßhandel seine ordentliche Mitgliederversammlung im Kranz Parkhotel in Siegburg durch. Beratungen über die Zukunft des unabhängigen Pressegroßhandels sowie Fachthemen aus den Bereichen Marketing, Marktanalyse und Betriebswirtschaft standen auf der Agenda.

Strategische Ausgangslage

Die Mitgliederversammlung am 29. April 2025 im Kranz Parkhotel in Siegburg stand im Zeichen grundlegender Beratungen über die Zukunft des unabhängigen Pressegroßhandels. Die strategische Positionierung des Berufsstandes, die weitere Entwicklung des Pressevertriebs sowie die Frage, wie eine diskriminierungsfreie und tragfähige Branchenlösung ausgestaltet werden kann, nahmen einen breiten Raum ein. Trotz unterschiedlicher Auffassungen im Mitgliederkreis wurde deutlich, dass Verband, Ehrenamt und Hauptamt weiterhin ent-

schlossen sind, die Interessen des Presse-Grosso kompetent und geschlossen zu vertreten.

Marktentwicklung und operative Anpassungen

Die weiterhin schwierige Marktentwicklung im Geschäftsjahr 2024 wurde anhand aktueller Absatz- und Umsatzzahlen eingeordnet. Zugleich wurden die weitgehend abgeschlossenen Stichtagsanpassungen sowie deren Auswirkungen auf die operative Arbeit erläutert. Die Beiträge machten deutlich, dass der Markt unter Druck steht, zugleich aber durch gezielte Analysen, Anpassungen und gemeinsame Maßnahmen handlungsfähig bleibt.

Marketing, Großkundenbetreuung und Einzelhandel

Aus dem Fachressort Marketing und dem Arbeitskreis Großkundenbetreuung wurden zentrale Entwicklungen in den Vertriebslinien, bei den führenden Einzelhandelskonzernen sowie bei



Grosso-Vorstand Thorsten Mauch sowie die Geschäftsführer Kai-Christian Albrecht (links) und Michael Hoffmann (rechts) begrüßten die Mitglieder im Kranz Parkhotel in Siegburg

Discounter vorgestellt. Ergänzend informierten die Großkundenbetreuer über Regaltests und praktische Maßnahmen zur Optimierung der Warenpräsentation. Für die kommenden Jahre wurde die Relevanz von Verkaufsförderungsaktionen zu publizistischen Höhepunkten wie Asterix 2025 und der WM 2026 sowie die gezielte Weiterentwicklung der Sortimentserfassung mittels der App OPTIPRESS hervorgehoben.

Der Vorstand im Frühjahr 2025 (v.l.n.r.): André Matysik (PDG, Bielefeld), Robert Herpold (Grossunion Nord, Hannover) und Thorsten Mauch (Presse-Grosso Südwest, Heidelberg)



Marktanalyse, Daten und Digitalisierung

Das Ressort Marktanalyse präsentierte aktuelle Data Insights zur Marktentwicklung im ersten Quartal 2025, zur Verkaufspreisentwicklung 2024 sowie zur Auswertung der Frühremissionen nach der EVT-Entzerrung. Insgesamt wurde kein unmittelbarer Nachsteuerungsbedarf festgestellt, wenngleich einzelne Warengruppen weiterhin aufmerksam beobachtet werden. Mit dem Projekt Dashboarding schreitet zudem die Digitalisierung der Verbandsreports voran: Nach der technischer Anbindung, Aufbau

des Rechtekonzepts und ersten Reports sollen künftig praxisnahe Dashboards die bisherigen Excel-Auswertungen ersetzen.

Politische Rahmenbedingungen und Ausblick

Der Verband richtete den Blick auch auf die politischen Rahmenbedingungen und die Erwartungen an die neue Bundesregierung. Themen wie die steuerliche Behandlung von Presse, die geplante Einführung der neuen EU-Entwaldungsverordnung und die Initiative „Zeitschriften in die Schulen“ verdeutlichten die Breite der verbandlichen Arbeit. Die

Im Frühjahr 2025 erfolgten turnusgemäß Vorstandswahlen. Der Wahlleiter **Dr. Jörg Lütkemeyer** gab das Ergebnis bekannt:

- Der langjährige Leiter der Betriebswirtschaftlichen Kommission **Thorsten Mauch** wurde im Amt bestätigt.
- Die Kollegen **Robert Herpold**, Grossunion Nord, und **André Matysik**, PDG, wurden neu in den Vorstand gewählt.
- **Vincent Nolte**, PS Nord, stand nicht mehr zur Wahl.



Versammlung zeigte, dass die Bündelung von Expertise und Interessenvertretung für den Berufsstand einen hohen Nutzen stiftet und auch in einer herausfordernden Phase Orientierung bietet.

Austausch unter Kollegen über strategische und operative Fragen des Vertriebs von Zeitungen und Zeitschriften in einem dynamischen Umfeld

Gemeinsam stark für den Presseverkauf



Die Versorgung mit Presse vor Ort ist systemrelevant. Der Pressegroßhandel übt seinen Versorgungsauftrag neutral, verkaufsorientiert und effizient aus. Unser Anspruch ist es, bevorzugter Systempartner für Presse, pressennahe Zusatzsortimente und Logistiklösungen zu sein.

Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.
Die Vereinigung der deutschen Pressegroßhändler.

Der Verband nimmt in Erfüllung seines Zwecks insbesondere folgende Aufgaben wahr:

Quelle: GVPG-Satzung, § 3 Aufgaben des Verbandes

- Repräsentation und Interessenvertretung gegenüber der Öffentlichkeit, gesetzgebenden Körperschaften, Behörden, Parteien und Organisationen
- Sicherung von im gemeinsamen Interesse seiner Mitglieder liegenden pressenspezifischen Regelungen zur Förderung von Pressefreiheit, Pressevielfalt und Netzneutralität
- Allgemeine Beratung und Rechtsberatung seiner Mitglieder in branchenspezifischen Fragen
- Vertretung der Interessen seiner Mitglieder gegenüber Zentralen des filialisierten presseführenden Einzelhandels und zur Erschließung neuer Absatzwege
- Schaffung und Fortentwicklung von Standards im Verkehr der Mitglieder untereinander sowie der Mitglieder mit Geschäftspartnern
- Förderung von Innovationen im Pressevertrieb
- Bereitstellung eines modernen Datenmanagements unter Berücksichtigung der jeweils geltenden Datenschutzanforderungen
- Ausgleich der Interessen unter seinen Mitgliedern sowie zwischen Mitgliedern und deren Geschäftspartnern
- Austausch und Zusammenarbeit mit Verleger- und Handelsverbänden sowie Vertriebsfachverbänden
- Beauftragung einer Vereinigung i.S.d. § 30 Abs. 2a GWB mit der Anbahnung und dem Abschluss von Branchenvereinbarungen. Art und Umfang der Beauftragung sind in einer Kooperationsvereinbarung zu regeln
- Förderung von Lesekompetenz und Bildung als Grundlagen für persönliche Entfaltung und demokratischer Teilhabe

GROSSO-VORSTAND

Thorsten Mauch und Frank Mietke bilden das neue Führungs-Duo

Die Verbandsmitglieder wählten auf der Nachwahl am 12. März 2026 den Pressegroßhändler Frank Mietke einstimmig zum weiteren Vorstand. Er bildet gemeinsam mit seinem Kollegen Thorsten Mauch das neue Führungs-Duo an der Spitze des Verbandes.

Der geschäftsführende Gesellschafter der Mercura – Mietke GmbH & Co. KG aus Löbau ist erfolgreicher Unternehmer im Groß- und Einzelhandel und bringt langjährige Verbandserfahrung mit. Er wird sich schwerpunktmäßig um die Bereiche IT-/Datenmanagement und Standardisierung kümmern. Sein Kollege Thorsten Mauch bleibt für Finanzen und Betriebswirtschaft verantwortlich. Eine Nachwahl von Frank Mietke erfolgte am gleichen Tag auch im Bundesverband Presse-Grosso.

„Ich danke allen Kollegen und dem Team der Verbandsgeschäftsstelle für das Vertrauen. Gemeinsam wollen wir den Verband in diesen fordernden Zeiten durch eine klare, agile und faire Führung auf Kurs halten.“

Frank Mietke

geschäftsführender Gesellschafter
MERCURA – Mietke
Pressegroßhandel GmbH & Co.
KG, Löbau



Thorsten Mauch leitet seit geraumer Zeit die Betriebswirtschaftliche Kommission. Seit September 2023 ist der Unternehmer aus Heidelberg zusätzlich im Vorstand aktiv.

Auf eigenen Wunsch aus dem Vorstand in beiden Verbänden ausgeschieden waren in den Wochen zuvor Robert Herpold, Grossunion Nord aus Hannover, sowie André Matysik, PDG aus Bielefeld.



Frank Mietke leitet die EDI-Projekte des Grosso-Verbandes und ist aktives Mitglied verschiedener Arbeitsgruppen wie zuletzt der Task Force EUDR. Aktuell ist er Sprecher der Projektgruppe ZUGFeRD.

GESCHÄFTSSTELLE

Das Team der Kölner Verbandsgeschäftsstelle

Das Team der Geschäftsstelle des Gesamtverbandes Pressegroßhandel übernimmt in Zusammenarbeit mit dem Ehrenamt unternehmerische und verbandstypische Aufgaben.

Dienstjubiläen



Ihr 30jähriges Dienstjubiläum beging **Silke Merx**. Die Bürokauffrau nahm Anfang 1995 ihre Tätigkeit in der Geschäftsstelle des Grosso-Verbandes in Köln auf. Ob allgemeine Verwaltungsaufgaben, Termin- und Reisepla-

nung oder Veranstaltungsmanagement – Silke Merx kümmert sich darum, dass der Betrieb der Verbandsgeschäftsstelle reibungslos läuft sowie um Sonderprojekte wie die Organisation der Fachausstellung. Sie zeichnet sich durch Können, Verlässlichkeit und Präsenz aus. Sie stellt sich immer wieder auch neuen Anforderungen. Verbandsgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht bedankte sich im Namen der Kolleginnen und Kollegen bei Silke Merx für die langjährige, vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Im Marketing-Team der Verbandsgeschäftsstelle gab es 2025 gleich zwei Jubiläen zu feiern:

Am 01. Juni 2002 nahm **Michaela Kokus** ihre Tätigkeit im Fachressort Marketing auf. Umfassende Sachkenntnisse,



große Zuverlässigkeit, besondere Organisationskompetenz sowie Sorgfalt und Umsicht in der Bearbeitung der täglichen, oft operativen Anforderungen zeichnen die Arbeit von Michaela Kokus aus. Sie ist für das Marketing-Team im Ehren- und Hauptamt eine wertvolle Stütze – dabei stets bereit, sich in neue Aufgabenfelder einzuarbeiten.

Elmar Mathews ist seit zwei Dekaden als Marketing-Experte für den Verband bzw. seine Servicegesellschaft aktiv. Er nahm Anfang Mai 2005 seine Tätigkeit als Marketing-Referent in der Verbandsgeschäftsstelle in

Köln auf. Bereits zwei Jahre später, am 15. April 2007, berief der damalige Vorstand den Betriebswirt zum Geschäftsführer der Presse-Grosso Marketing GmbH. In dieser Funktion entwickelt er POS-Maßnahmen für Verlage, Pressegroßhandel und presseführenden Einzelhandel und entwickelt digitale Projekte wie digitale Gutscheine oder die Anwendung OPTIPRESS zur Verbesserung des Handlings und der Warenpräsentation im stationären Einzelhandel. Der Marketing-Experte bringt hohe Motivation, Expertise und ein dichtes Netzwerk ein.



Der Vorstand, die Geschäftsführung sowie alle Kolleginnen und Kollegen dankten Michaela Kokus und Elmar Mathews für ihren großartigen Einsatz und die sehr gute Zusammenarbeit. „Gemeinsam mit den Marketing-Experten aus der Praxis tragen sie dazu bei, die Zusammenarbeit mit Schlüsselkunden wie Rewe, Edeka, Aldi, Lidl und Co. auf ein professionelles Niveau zu heben. Dank des großen Engagements der Akteure für moderne Standards, Verkaufsförderung und frischer Ideen konnte Presse seinen Platz in den LEH-Regalen behaupten.

Sein fünfjähriges Jubiläum beging IT-Experte **Georg Dohmes**. Er begann am 1. Juni 2020 seine Tätigkeit im Fachressort Marktanalyse als Business Analyst mit Schwerpunkt Business Intelligence. Er arbeitete sich zügig ein und übernahm in einer Zeit des personellen Umbaus im Ressort Verantwortung. Dank seiner hervorragenden Leistungen berief ihn die Geschäftsführung am 1. April 2024 zum Team Lead Marktanalyse & BI. Georg Dohmes hat wesentlichen Anteil an der Entwicklung moderner IT-Anwendungen und Aus-



wertungstools wie Power BI für die praktische Arbeit der Verbandsghremien und Mitgliedsunternehmen. „Vielen Dank und auf eine weiterhin gute Zusammenarbeit!“

Personelle Veränderungen

Michaela Kokus wurde mit Wirkung zum 1. Dezember 2025 zur Projektmanagerin berufen. Die langjährige Mitarbeiterin im Fachressort Marketing bringt viel Erfahrung, ausgewiesene Kompetenz und gewachsene Kontakte zu den Großkundenbetreuern des Verbandes ein. Das Marketing-Team um Elmar Mathews wird zudem ergänzt um Damian Wonschinski, der aus dem Fachressort Betriebswirtschaft (BWK) in das Fachressort Marketing wechselt. Er ist für das Ressort BWK weiterhin unterstützend tätig. Das Fachressort Marktanalyse bringt sich ressortübergreifend bei komplexen Auswertungen und Reports ein. „Das Beziehungsmanagement zu den Zentralen der Konzerne im Lebensmitteleinzelhandel, Discount und Tankstellen ist für das Presse-Grosso und die Branche eine zentrale Aufgabe. Ich freue mich, dass wir durch die interne Umstellung in unserem Team die Voraussetzungen für einen weiterhin zuverlässigen, kompetenten und effizienten Support der Handelsexperten des Presse-Grosso und der Verlage schaffen“, so Verbandsgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht.

Die befristete Zusammenarbeit in Teilzeit mit Beate Zachris (Marketing & Großkundenbetreuung) sowie Beate Wurst (PR & Events) ist Ende 2025 vereinbarungsgemäß ausgelaufen. „Wir bedanken uns bei den Kolleginnen für die geleistete Arbeit und wünschen ihnen für die Zukunft alles Gute“, erklärte Albrecht im Namen des Teams.

Die aktuelle Übersicht der Ansprechpartner in der Verbandsgeschäftsstelle finden Sie hier:



Medienarbeit und Publikationen

Ob Pressemitteilung, Newsletter oder Soziale Netzwerke – der Gesamtverband Pressegroßhandel steht auf verschiedenen Kanälen in Kontakt zu seinen Mitgliedern, Partnern und der Öffentlichkeit.



Mit dem neuen Markenlehrbrief unterstreichen der Gesamtverband Pressegroßhandel und die LEBENSMITTEL ZEITUNG die besondere Bedeutung der Warengruppe Presse im Handel und leisten einen wichtigen Beitrag zur Qualifizierung von Nachwuchs- und Fachkräften. Der Lehrbrief steht kostenfrei sowohl als Printversion als auch als PDF-Download zur Verfügung.

Im Berichtszeitraum hat der Gesamtverband Pressegroßhandel zahlreiche Presseinformationen, Publikationen und Grußworte veröffentlicht. Die hier aufgeführte Auswahl zeigt das Spektrum der Kommunikationsarbeit des Verbandes:

- GROSSO INTERN, wöchentlicher Newsletter für Entscheider in Grosso-Unternehmen, Verlagen und Nationalvertrieben sowie für Servicepartner, Nr. 1 bis 52/2025
- Medienspiegel, monatlich
- Jahreschronik 2025
- Geschäftsbericht 2025
- Markenlehrbrief 2025

Neuer Markenlehrbrief stärkt Wissen rund um das Presse-Sortiment

Wie kommen Zeitungen und Zeitschriften in den Handel? Wie funktioniert Remission? Und wie behält der Handel den Durchblick am Regal? Diese Fragen und noch viel mehr Praxiswissen vermittelt

der Markenlehrbrief für das Presse-Sortiment. Gemeinsam mit der LEBENSMITTEL ZEITUNG hat der Gesamtverband Pressegroßhandel den Markenlehrbrief für die Warengruppe Zeitungen und Zeitschriften grundlegend überarbeitet. Als Bestandteil der LZ-Lernwelt vermittelt er praxisnahes Fachwissen über das Presse-Sortiment und unterstützt die Aus- und Weiterbildung im Einzelhandel. Im Zuge der Aktualisierung wurden Inhalte, Bildsprache und Gestaltung gezielt an die Bedürfnisse junger Auszubildender angepasst. Gleichzeitig bietet der Lehrbrief auch erfahrenen Mitarbeitenden wertvolle Informationen und praktische Hilfestellungen für den erfolgreichen Umgang mit Presseprodukten am Point of Sale.

Aktuelle Pressemitteilungen finden Sie hier:



Überall vor Ort: Grosso-Gebietskarte

Fusionen & Übernahmen im Geschäftsjahr 2025:

Übernahme der Fritzenschaft & Partner GmbH & Co. KG in Wittenberg durch die 4Press GmbH & Co. KG zum 1. Januar 2025



Gebietsstand:
Grosso/Filiale - Mai 2026



WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

Pressemarkt weiter unter Druck

Umsatz- und Absatzrückgänge, steigende Remissionen und weitere Konsolidierung prägten das Geschäftsjahr 2025. Die branchenweite Konditionenregelung schafft Planungssicherheit.

Der Pressegroßhandel hat im Geschäftsjahr 2025 einen Gesamtumsatz von 1.404 Millionen Euro erwirtschaftet und damit 74 Millionen Euro bzw. -4,98 Prozent weniger als im Vorjahr. Damit hat sich die rückläufige Marktentwicklung der letzten Jahre weiter fortgesetzt. Auf das Kerngeschäft Presse, den Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften, entfiel hierbei ein Umsatzvolumen von 1.348 Millionen Euro. Dies entspricht einem Rückgang von 64 Millionen Euro bzw. -4,54 Prozent. Der im Vergleich prozentual höhere Umsatzrückgang über das Gesamtsor-

timent resultierte aus den rückläufigen Umsätzen im Bereich der pressenahen Non-Press-Produkten, vor allem der Sammelbilder und Tradingcards. So gab es in 2025 kein mit der Fußball-Europameisterschaft 2024 vergleichbares Event. Insgesamt konnten in 2025 rund 745 Millionen Exemplare an Zeitungen, Zeitschriften und pressenahen Non-Press-Produkten im Presse-Einzelhandel abgesetzt werden. Dies sind 87 Millionen Exemplare bzw. -10,39 Prozent weniger als noch im Vorjahr. Im Kernsegment Presse ging der Ab-

satz um 79 Millionen auf 721 Millionen Exemplare zurück (-9,81 Prozent). Dass sich die negative Absatzentwicklung nicht in vollem Umfang auf die Umsatzerlöse durchschlug, war unter anderem auf zahlreiche Preiserhöhungen im Pressesortiment zurückzuführen. Die Remissionsquoten im Segment Presse stiegen in 2025 aufgrund der rückläufigen Marktentwicklung gegenüber dem Vorjahr merklich an. So erhöhte sich die stückmäßige Remissionsquote von 45,64 Prozent auf 47,05 Prozent und die wertmäßige

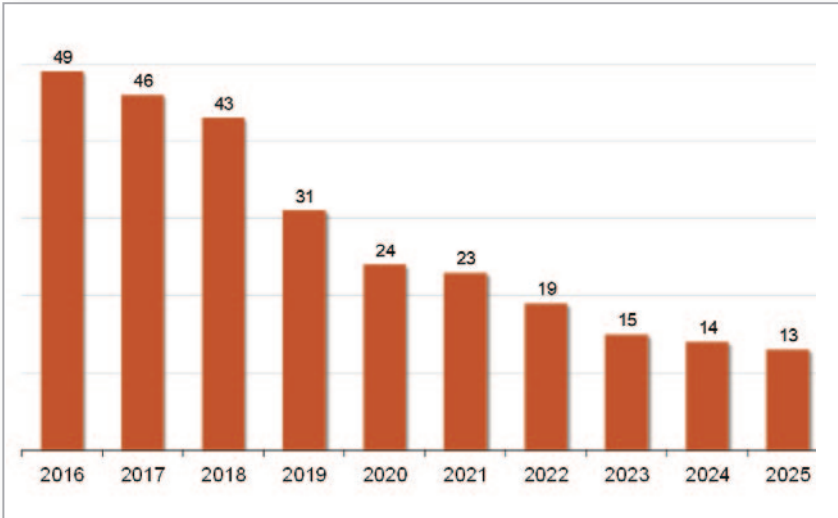
UMSATZGRÖSSENKLASSE	GESAMT
bis 50 Mio. Euro	3
von 50 bis 100 Mio. Euro	4
von 100 bis 150 Mio. Euro	4
über 150 Mio. Euro	2
Summe	13

Anzahl Presse-Grossisten nach Umsatzgrößenklassen 2025

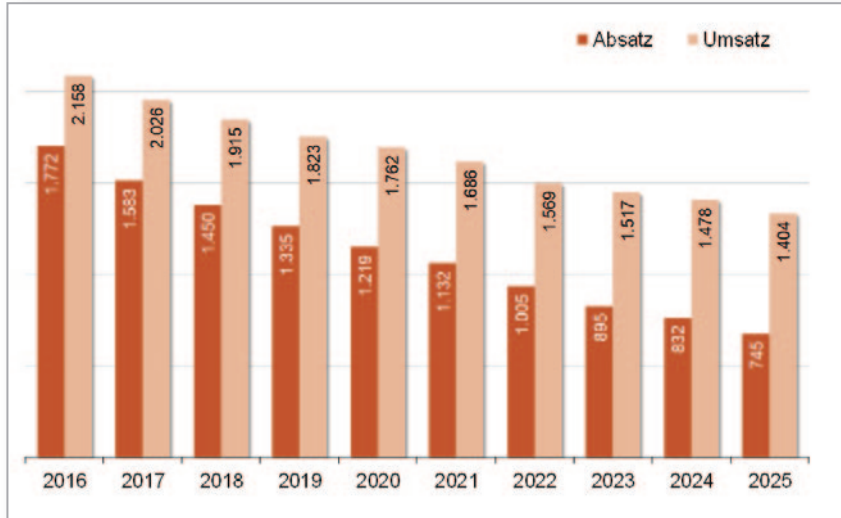
Remissionsquote von 52,44 Prozent auf 54,18 Prozent. Das umsatzstärkste Zeitschriften-Segment stellte in 2025 die FRAUEN- UND UNTERHALTUNGSZEITSCHRIFTEN mit einem Umsatzanteil von rund 18 Prozent dar, gefolgt von den TV-PROGRAMMZEITSCHRIFTEN mit einem Anteil von rund 16 Prozent. Auf die Tages- und Sonntagszeitungen entfiel ein Umsatzanteil von knapp 31 Prozent. Weniger stark

von den Absatzrückgängen betroffen waren in 2025 vor allem die Segmente ROMANE/RÄTSEL und HOBBY/KULTUR. Deutliche Einbußen verzeichneten hingegen die aktuellen Unterhaltungszeit-schriften sowie die Tages- und Sonntagszeitungen. Die Anzahl der Presse-Grossisten verringerte sich Anfang des Jahres 2025 auf 13 Firmen. Damit hat sich die Zahl der Pressegroßhändler in den vergangenen 25

Jahren um 85 Prozent reduziert. Zusätzlich wurde in 2025 eine weitere Grosso-Filiale aufgelöst, so dass es Ende des Jahres noch 39 Filialgebiete gab. Zum Vergleich: Im Jahr 2000 waren es bundesweit noch 107 Filialgebiete.



Anzahl der am Markt tätigen Grosso-Unternehmen 2016 bis 2025



Absatz- und Umsatzentwicklung 2016 bis 2025

Branchenweite
Konditionenvereinbarung
für Zeitschriften

Trotz der internen Branchenkonflikte konnten sich die Zeitschriftenverlage und der Bundesverband Presse-Grosso Anfang 2025 auf die Fortsetzung des Branchenabkommens zu den Zeitschriftenkonditionen verständigen. Das neue Abkommen galt für die Dauer eines Jahres (1. März 2025 bis 28. Februar 2026). Das von allen Marktpartnern anerkannte Branchen-Konditionenabkommen hat sich auch in 2025 bewährt. Zum Stichtag 1. März 2025 wurden – wie auch in den Vorjahren - die Großhandelsrabatte (=prozentuale Margen) sämtlicher rund 2.300 perio-

discher Zeitschriften überprüft und gegebenenfalls neu in die gültigen Handelsspannen-Tabellen eingruppiert. Die jährliche Überprüfung und Neujustierung gewährleistet die Gleichbehandlung aller periodischen Zeitschriften im Bereich der Großhandelskonditionen. Gleiches gilt für die laufend erscheinenden periodischen Neutitel, welche zum Ende ihrer jeweiligen Einführungsphasen anhand der gültigen Handelsspannen-Tabellen neu justiert werden. Ebenfalls einer ständigen Überprüfung unterliegen die Konditionen sämtlicher Sonderhefte und Sonderpublikationen. Anfang 2026 wurde das bewährte Branchenabkommen deshalb um ein weiteres Jahr verlängert.

Michael Hoffmann
Geschäftsführer, Referent BWK

PRESSE-GROSSO IN ZAHLEN

Wirtschaftliche Kennzahlen 2025

Branchenumsatz zu Abgabepreisen an den Einzelhandel:	1.404 Mio. Euro -4,98%
davon Presse:	1.348 Mio. Euro -4,54%
Branchenabsatz in verkauften Exemplaren:	745 Mio. Expl. -10,39%
davon Presse:	721 Mio. Expl. -9,81%
Pro Grosso-Firma durchschnittliche(r)	
Umsatz:	108 Mio. Euro
Verkaufsstellen:	5.720
Einwohnerzahl:	6.4 Mio.
Fläche:	27.465 qkm
Anzahl Grosso-Firmen ¹ :	13
Anzahl der Grosso- und Filialgebiete:	39
Anzahl beliefelter Verkaufsstellen:	74.359
Einzelhändler je Tausend Einwohner:	0.89
Wochenumsatz je Verkaufsstelle ² :	486 Euro
Jahresumsatz pro Einwohner ² :	22,49 Euro
Ordersortiment:	~5.000
Präsenzsortiment:	~1.850

¹ Stand: 31.12.2025
² zu Endverkaufspreisen

GROSSO-CHRONIK JANUAR 2025 BIS MÄRZ 2026

– 2025 –

Januar

- Marketing – „Besser präsentieren – mehr verkaufen“. Der Pressegroßhandel setzt seine Initiative zur Warenpräsentation fort.
- Struktur – Versand des „Erweiterten Zukunftsmodells der unabhängigen Pressegroßhändler“ an über 50 Verlage und Nationalvertriebe
- Ehrung – Grosso-Verband gratuliert dem Ehrenpräsidenten Dr. Eberhard Nolte zum 90. Geburtstag
- Verband – Gründung „Verband Mittelständischer Verleger e.V. (VMV)“ mit Sitz in Meckenheim

Februar

- Marketing – Gesamtverband Pressegroßhandel (GVPG) wirbt für das seitens der Großkundenbetreuung erarbeitete neue Belegungsschema
- Betriebswirtschaft – GVPG veröffentlicht wirtschaftliche Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2024: Der Umsatz ging um -2,61 Prozent zurück
- Marketing – „Positives Ergebnis der Qualitätsoffensive im Pressehandel“ vermeldet der GVPG; Presse-Grossisten haben 2024 wieder selbstständige Presse- und Lebensmittelhändler

ler sowie Tankstellen bei der Modernisierung der Ladengeschäfte / Presseregale unterstützt

- Struktur – Beiladungsantrag SIEGBURGER KREIS zum Verfahren des Bundeskartellamtes bez. des FFF-Konzeptes
- Konditionen – BWK-Information aller Zeitschriften-Verlage und Nationalvertriebe über die neuen Zeitschriften-Konditionen ab 01.03.2025

März

- Marketing – „Verkaufsförderung über Bodendisplay schafft Mehrverkäufe für Zeitungen und Zeitschriften“: Presse-Grossisten setzten 2024 bundesweit 25 Bodendisplay-Aktionen, verteilt auf 31 Varianten in über 16.000 Filialen des filialisierten Einzelhandels über den Verband koordiniert um
- Struktur – MVFP-Informationsveranstaltung zum Konzept der FFF-Verlage
- Marktbearbeitung – „Grosso verbessert mit Qualitätsoffensive erneut Umsatzentwicklung“
- Struktur – Ankündigung eines Markttests zum überarbeiteten FFF-Corporate Governance-Konzepts durch das Bundeskartellamt

April

- Struktur – Das Bundeskartellamt führt eine weitere Marktbefragung zum FFF-Verlagsvorhaben durch

- Politik – CDU, CSU und SPD legen ihren Koalitionsvertrag vor: wenig konkrete Regelungen für den Sektor Kultur und Medien
- Kommunikation – „Unbedingter Gestaltungswille und ein volles Arbeitsprogramm“: Der Grosso-Verband legt seinen Geschäftsbericht 2024 vor
- Persönlichkeit – Abschied von Vertriebs-Experte und AMV-Sprecher Hermann Schmidt
- Recht – Pressegroßhandel zu Gast bei der EUDR-Arbeitsgruppe der GS1 Germany.
- Struktur – Informationsschreiben des SIEGBURGER KREIS an ausgewählte Verlage bzw. Nationalvertriebe „Kostenschätzung einer disruptiven Umstellung des Grossosystems“
- Event – Ordentliche Mitgliederversammlung GVPG und BVPG mit Vorstandswahlen; neuer Grosso-Vorstand: Thorsten Mauch (Finanzen), Robert Herpold und André Matysik

Mai

- Recht – Runder Tisch in Berlin: Verbände der Papierlieferkette vereinbaren Arbeitsprogramm zur Einführung der EU-Entwaldungsverordnung
- Engagement – Presse-Grosso, MVFP und Stiftung Lesen führen zum 22. Mal in Folge die Initiative Zeitschriften in die Schulen durch
- Politik – Der Grosso-Verband gratuliert dem Publizisten und Verleger Wolfram Weimer zur Ernennung zum neuen Kulturstatsminister; Weimer: „Klassische Zustellförderung wird politisch zusehends unwahrscheinlicher“

- Prozesse – EDI-Arbeitsgruppe des Grosso-Verbandes legt Empfehlungen zur Standardisierung des ZUGFeRD-Formats für elektronischen Rechnungsaustausch vor
- Engagement – Die Rundschau für den Lebensmittelhandel startet den Wettbewerb „Deutschlands Bestes Presseregal 2025.“
- Politik – Der bayerische Medienstaatsminister Florian Herrmann empfängt eine Grosso-Delegation : „Ein funktionierender Pressevertrieb ist mehr als nur Markt – er ist Fundament unserer Demokratie“



- Struktur – Webveranstaltung des MVFP und BDZV „Information zur Initiative ‚Fit forFuture““
- Struktur – Aufforderung an Verlage bzw. Nationalvertriebe, EHASTRA-Daten nicht an Dritte weiterzugeben und dafür zu verwenden, um ein Konzept zur Neuordnung der Pressevertriebs-Gebiete Deutschlands zu erstellen und umzusetzen
- Struktur – Schreiben des SIEGBURGER KREIS zum 4Flow-Logitikkonzept der FFF-Verlagsallianz an ausgewählte Verlage und Nationalvertriebe

Juni

- Event – Grosso-Verband sagt Jahrestagung im Herbst ab: „Aufgrund der aktuellen Situation durch das FFF-Verlagsvorhaben ist eine verbindliche Planung nicht möglich“
- Digitalisierung – Effizienz für die Pflege des Presseregals: Mit der App OPTIPRESS wurden inzwischen mehr als 1 Million Printprodukte am Regal gescannt!
- Umweltschutz – Spitzenverbände der Druck- und Medienbranche fordern in gemeinsamen Schreiben an Bundesministerien eine grundlegende Überarbeitung der EU-Verordnung über entwaldungsfreie Produkte
- Rechtsradikale Presse – Bundesverwaltungsgericht hebt das mit Verfügung des Bundesministeriums des Innern und für Heimat (BMI) vom 5. Juni 2024 ausgesprochene Verbot der COMPACT-Magazin GmbH auf
- Umweltschutz – Arbeitsgemeinschaft Grafische Papiere: „Die Wiederverwertung gra-

fischer Altpapiere liegt mit 88,5% erneut deutlich über der freiwilligen Selbstverpflichtung“

- Arbeitsmarkt – Mindestlohnkommission empfiehlt eine zweistufige Erhöhung des gesetzlichen Mindestlohns auf 13,90 Euro in 2026 und auf 14,60 Euro in 2027
- Event – Teilnahme der GVPG-Geschäftsführung am „Sommerfest des Handels“ in Berlin
- Event – Teilnahme der GVPG-Geschäftsführung am „Medienforum und Mediennacht der freien Presse“ in Berlin
- Struktur – Aufnahme der Gespräche des Grosso-Vorstands mit Systempartnern über eine Kooperation auf Verbandsebene ab 2026

Juli

- Struktur – „Pressevertrieb im Schwebезustand“ berichtet die LZ; „Unsicherheit um Zukunft der Grosso-Strukturen hält an – Bundeskartellamt prüft noch – Handel möchte Chaos vermieden wissen“
- Umweltschutz – Grosso-Verband führt einen EUDR-Tag durch; Experten berichten im Webinar „EUDR im Pressevertrieb“ über den Stand der rechtlichen, technischen und organisatorischen Vorbereitungen der Branche
- Recht – Bundeskartellamt veröffentlicht seinen Jahresbericht 2024/2025 mit einer Passage zum Pressevertrieb
- Engagement – Sitzung der Jury des Wettbewerbs DEUTSCHLANDS BESTES PRESSE-REGAL 2025 mit Beteiligung von Experten aus dem Pressegroßhandel

- Politik – Schreiben „Entwaldungsverordnung (EUDR): Bürokratieabbau dringend erforderlich“ von sechs Verbänden an die zuständigen Ministerien
- Daten – Kündigung der EHASTRA-Abonnements durch die Presse-Grosso Marketing GmbH (PGM) im Auftrag der Mandanten

August

- Umweltschutz– Dialog mit der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) über die Anwendung der EU-Entwaldungsverordnung
- Betriebswirtschaft – Grosso-Verband veröffentlicht die Absatz- und Umsatzzahlen für das 1. Halbjahr 2025: „Der Umsatz ging um 7,33 Prozent zurück“
- Umweltschutz – Verbände der Papierwertschöpfungskette legen EUDR-Branchenmodell vor, das die Weitergabe gebündelter Sorgfaltserklärungen vorsieht

- Prozesse – Grosso-Verband führt einen Workshop zur Vorbereitung der Einführung der elektronischen Rechnung durch
- Presseförderung – NRW-Medienminister Liminski fordert Mehrwertsteuersenkung für Zeitungen sofort auf null

September

- Event – Webmeeting für die Mitglieder des Gesamtverbandes Pressegroßhandel zu aktuellen Fachthemen
- Jugendmedienschutz – Bundesregierung beruft Expertenkommission ein
- Arbeitsmarkt – Großhandel verliert 43.000 Arbeitsplätze in einem Jahr
- Faszination Handel – IFH-Handelsforum 2025: „Transformation trifft Innovation – Smart Retail und AI im Wandel“



Oktober

- Struktur – BGA wendet sich besorgt an BKM
- Politik – Dialog mit dem Bundeswirtschaftsministerium
- Politik – Stellungnahme des Kulturstatsministers zum FFF-Vorhaben: „Der Pressevertrieb durch das Presse-Grosso ist von zentraler Bedeutung für die Sicherung der Pressevielfalt und flächendeckende Verfügbarkeit aller Presseerzeugnisse. Es handelt sich um einen Selbstorganisationsprozess der Branche. Die Bundesregierung verfolgt die weiteren Entwicklungen aufmerksam.“
- Umweltschutz – EU-Kommission legt Vorschlag zur teilweisen Verschiebung und Vereinfachung der EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) vor

November

- Marktanalyse – GVPKG präsentiert Jahreserhebung des deutschen Presse Einzelhandels 2025 (EHA STRA): „Trotz anhaltender Herausforderungen halten die Grossisten ein dichtes Vertriebsnetz von über 74.000 Verkaufsstellen aufrecht“
- Struktur – Statement des SIEGBURGER KREIS: „Das FFF-Modell birgt rechtliche und wirtschaftliche Risiken für alle Marktteilnehmer. Das muss nicht sein: Die Grossisten des Siegburger Kreises stehen weiterhin zur Verfügung, um gemeinsam faire Lösungen zu erarbeiten“

- Struktur – Informationsveranstaltung der FFF-Verlage und Systempartner zum neuen Modell in Hamburg
- Marketing – Grosso-Verband veröffentlicht den vollständig überarbeiteten Markenlehrbrief für die Warengruppe Presse
- Geschäftsstelle – Umzug der Verbandsgeschäftsstelle in das 4. OG Händelstraße 25-29 in 50674 Köln mit umfassender Entrümpelung, sowie Einlagerung und Digitalisierung von Aktenbeständen

Dezember

- Struktur – Webkonferenz SIEGBURGER KREIS zur Zukunft des Pressevertriebssystems
- Struktur – Pressestatement des SIEGBURGER KREIS zum Stand der Reform des Pressevertriebs: „Richtig ist, dass auch das Zukunftsmodell des Siegburger Kreises stabile Konditionen und Leistungen vorsieht“
- Logistik – Gesellschafterbeschluss zur Liquidation der KOMMT GmbH & Co. KG
- Recht – EU-Parlament beschließt Verschiebung und Vereinfachung der EU-Entwaldungsverordnung; Verlegerverbände und Grosso-Verband begrüßen die Herausnahme von Presse aus dem Anwendungsbereich
- Geschäftsstelle – Auslaufen der befristeten Arbeitsverträge mit Beate Wurst und Beate Zachris (PGM)
- Rückblick 2025: „In vielerlei Hinsicht herausfordernd“ – GVPKG-Geschäftsführer Kai-Christian Albrecht zieht gemischte Bilanz

– 2026 –

Januar

- Struktur – Start der Kooperation des Gesamtverbandes mit den Unternehmen 4Press, QTRADO, PVG und Trunk in den Bereichen Marketing, Marktanalyse, Betriebswirtschaft und klassischen Verbandsaufgaben
- Cypercrime – Attacke auf den IT-Dienstleister des Grosso-Verbandes und der PGM
- Marketing – Fortsetzung der Vorbereitungen zur Vermarktung der Panini Sticker und Sammelalben zur FIFA Fußball WM 2026 über den Presse-Groß- und -Einzelhandel

Februar

- Struktur – Freigabe der Neugründung der Systempartner-Holding GmbH & Co. KG, der Presse Grosso Allianz GmbH & Co. KG und der PGA Vertriebs GmbH & Co. KG durch das Bundeskartellamt (B6-26/26)



- Struktur – Billigung der „Pläne der FFF-Gruppe zur Reform des Pressevertriebs“ durch das Bundeskartellamt
- Struktur – Ordentliche Kündigung der Grosso-Verträge der Firmen des SIEGBURGER KREIS durch die Verlage der FFF-Allianz – Besonderheit: SZZ

März

- a.o. Mitgliederversammlung des GVPKG und BVPKG mit Vorstandswahlen: Thorsten Mauch und Frank Mietke bilden neues Führungsduo
- Recht – Grosso-Verband nimmt sich der EU-Verpackungsverordnung (PPWR) und erarbeitet Praxisleitfaden
- Anonymisierung der VMP-Datenmeldungen der Firmen des SIEGBURGER KREIS
- Branchenvereinbarung zu den Zeitschriften-Konditionen zwischen der G13-Verlagsvereinigung und dem Bundesverband Presse-Grosso; Laufzeit ein Jahr
- Untätigkeitsbeschwerde von sechs Presse-Grossisten gegen das Bundeskartellamt

Ausblick

- Recht – Zivilrechtliche Überprüfung des FFF-Vorhabens vor den Landgerichten Dortmund, München, Hannover, Leipzig und Mannheim sowie kartellrechtliche Überprüfung vor dem OLG Düsseldorf

WHO'S WHO

Ansprechpartner im
Gesamtverband Pressegroßhandel

Vorstand

Thorsten Mauch | Vorstand Finanzen (Presse-Grosso Südwest, Heidelberg)
Frank Mietke | Vorstand (MERCURA - Pressevertrieb Mietke, Löbau)

Verbandsgeschäftsstelle, Köln

Kai-Christian Albrecht | Hauptgeschäftsführer
Georg Dohmes | Team Lead Marktanalyse & BI
Gabriele Heß | Buchhaltung
Michael Hoffmann | Geschäftsführer/Referent Betriebswirtschaft
Michaela Kokus | Projektmanagerin Marketing
Silke Merx | Backoffice/Events
Joshua Thos | Data Analyst Marktanalyse
Damian Wonschinski | Assistent Betriebswirtschaft

Presse-Grosso Marketing GmbH

Elmar Mathews | Geschäftsführer

Stand: 1. März 2026

AUTOREN

Vielen Dank an die Autoren, die zur Erstellung
dieses Geschäftsberichts beigetragen haben



Kai-Christian Albrecht
Hauptgeschäftsführer



Georg Dohmes
Team Lead Marktanalyse & BI



Michael Hoffmann
Geschäftsführer, Referent
Betriebswirtschaft



Elmar Mathews
Referent Marketing,
Geschäftsführer Presse-
Grosso Marketing GmbH



Silke Merx
Assistentin Backoffice & Events
(Lektorat)

GLOSSAR

Abkürzungen und Fachbegriffe
im Pressevertrieb

AMV
Arbeitskreis Mittelständischer Verlage mit Sitz in Hamburg

AGRAPA
Arbeitsgemeinschaft Graphische Papiere; Allianz der Verbände der Wertschöpfungskette Druck, die sich für ein umfassendes Recycling graphischer Papiere einsetzt

BFDI
Bundesbeauftragter für Datenschutz und Informationsfreiheit

BGA
Bundesverband Großhandel Außenhandel und Dienstleistungen e.V. mit Sitz in Berlin

BMF
Bundesministerium der Finanzen

BSI
Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik

BVPG
Bundesverband Presse-Grosso e.V. mit Sitz in Köln

CRM-System
Customer Relationship Management ist ein System zur Verwaltung aller Interaktionen eines Unternehmens mit aktuellen und potenziellen Kunden

DNV – Der Neue Vertrieb
Fachmagazin für Pressevertrieb und Content-Erlöse

EDI
Electronic Data Interchange

EHAstra
Einzelhandelsstrukturanalyse; jährliche Strukturanalyse des deutschen Presseeinzelhandels

ERP-System
Enterprise-Resource-Planning; komplexe Anwendung zur Steuerung des Unternehmens (Grosso-Anwendungssysteme)

EUDR
EU Deforestation Regulation, EU-Verpackungsverordnung

EUGH
Europäischer Gerichtshof

EVT
Erstverkaufstag

FFF
Verlagsallianz FIT FOR FUTURE; dazu zählen die Verlage Bauer Media Group, Funke Mediengruppe, Hubert Burda Media, Mediengruppe Klambt, Axel Springer, Spiegel-Verlag, Gruner + Jahr, Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Martin Kelter Verlag und VF Verlagsgesellschaft

GG
Grundgesetz; Art. 5 GG garantiert die Meinungs-, Informations-, Presse-, Rundfunk- und Filmfreiheit sowie die Freiheit von Kunst, Wissenschaft, Forschung und Lehre

GKB
Großkundenbetreuung des Gesamtverbandes Pressegroßhandel e.V. zum zentralen Beziehungsmanagement mit den Handelszentralen im LEH

GVPg
Gesamtverband Pressegroßhandel e.V. mit Sitz in Köln

GWB
Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen

LEH
Lebensmitteleinzelhandel

MBR
Marktorientierte Bezugsregulierung

MVFP
Medienverband der Freien Presse e.V. mit Sitz in Berlin

OG
Objektgruppe

OLG
Oberlandesgericht

Siegburger Kreis
Interessengemeinschaft unabhängiger Presse-Grossisten im Bundesverband Presse-Grosso e.V. bestehend aus den Unternehmen Grossunion Nord, Jost, NPV, Presse Distributions Gesellschaft – PDG, Presse-Grosso Südwest, MERCURA – Pressegroßhandel Mietke, Pressevertrieb Lütkemeyer, Süddeutsche Zeitungszentrale (SZZ)

PGA
Die Pressegrosso-Allianz soll zukünftig als zentraler Pressegroßhändler in Deutschland tätig sein und die bislang 13 regional tätigen Presse-Grossisten ersetzen. Gesellschafter der PGA soll eine Holding von Verlagsgesellschaftern und vier Grosso-Unternehmen sein

PGM
Presse-Grosso Marketing GmbH mit Sitz in Köln; Servicegesellschaft des GVPg

VKF
Verkaufsförderung am POS (für Presse)

VMP
Verkaufstägliche Marktbeobachtung am Point of Sale; Efficient Consumer-Response-Projekt für Presse

VMV
Verband Mittelständischer Verleger e.V. mit Sitz in Meckenheim

WuW
Fachzeitschrift Wettbewerb und Wirtschaft

ZidS
Zeitschriften in die Schulen; langjähriges Leseförderungsprojekt von der Stiftung Lesen und den Verbänden GVPg und MVFP unter der Schirmherrschaft des Staatsministers für Kultur und Medien (BKM)



Geschäftsbericht 2025

Herausgeber
Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.

Händelstraße 25-29, 50674 Köln
Telefon: 0221921337 0
E-Mail: info@gvpg.de
Web: www.pressegrrosso.de
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/100298820>

Projektleitung
Kai-Christian Albrecht

Redaktion
Kai-Christian Albrecht, Georg Dohmes, Michael Hoffmann, Elmar Mathews

Lektorat
Silke Merx

Satz
Inhouse – QuarckXpress 2026

Druck
Paffenholz – www.druckerei-paffenholz.de

Reproduktion, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Herausgebers.

Redaktionsschluss
30. März 2026, (c) Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.

Fotonachweise
S. 7 (c) MERCURA – Pressegroßhandel Mietke, S. 17 (c) Deutscher Bundestag / Thomas Trutschel / photothek, S. 32 (c) Egmont Ehapa, S. 28 (c) Bundesministerium des Inneren und für Heimat, S. 30 (c) Stiftung Lesen, S. 32 (c) Kai-Christian Albrecht, S. 34 (c) Elmar Mathews, S. 35 (c) Kai-Christian Albrecht, S. 36 (c) René Reiche & MERCURA – Pressegroßhandel Mietke, S. 47 (c) Bayerische Staatskanzlei, S. 38 f. (c) René Reiche, S. 49 (c) Deutscher Bundestag / Sylvia Bohn, S. 51 (c) Presse-Grosso Südwest (PGSW), S. 53 (c) René Reiche

Nicht aufgeführte Bildrechte liegen vor und werden auf Anfrage mitgeteilt.

Im Sinne der besseren Lesbarkeit verwenden wir bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in der Regel die männliche Form. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

„Ein funktionierender Pressevertrieb ist mehr als nur Markt – er ist Fundament unserer Demokratie.“

Staatsminister Dr. Florian Hermann, Leiter der Bayerischen Staatskanzlei

„Nachdem im Verlauf des Verfahrens wesentliche Verbesserungen des ursprünglich vorgelegten Modells erreicht wurden, wird das Bundeskartellamt vorerst keine weiteren Maßnahmen ergreifen und stellt das Verwaltungsverfahren daher ein.“

Bundeskartellamt, Bonn

„Die Reform des Pressevertriebs schafft Rechtsunsicherheit.“

Prof. Dr. jur. Jürgen Kühling, Universität Regensburg

„Es ist nicht nur rechtlich angreifbar, sondern auch für den Wettbewerbsschutz misslich, dass das Bundeskartellamt aufgrund eines offenbar unbedachten Fehlgriffs die nur für das herkömmliche Presse-Grosso geltende Privilegierung im FFF-Fall zur Legalausnahme erweitert und auf Dauer gestellt hat.“

Prof. Dr. jur. Thomas Ackermann, Ludwig-Maximilians-Universität München

„Gleichzeitig müssen wir die bestehenden Strukturen sichern, die Meinungsvielfalt praktisch ermöglichen. Dazu gehört insbesondere das bewährte System des Pressegroßhandels. 13 mittelständische Presse-Grossisten sorgen täglich dafür, dass rund 74.000 Verkaufsstellen in Stadt und Land diskriminierungsfrei mit einem vielfältigen Presseangebot versorgt werden. Das verhindert zu starke Marktkonzentration und sichert faire Wettbewerbsbedingungen. Wir dürfen nicht zulassen, dass einzelne Akteure über Sichtbarkeit und Verfügbarkeit von Presseerzeugnissen entscheiden. Diese neutral organisierte Vertriebsstruktur ist ein zentraler Pfeiler der Pressefreiheit und muss unbedingt erhalten bleiben.“

SPD-Bundestagsfraktion

„§ 30 Abs. 2a GWB ist kein Freifahrtschein für neue Vertriebsmodelle. Er ist die rechtliche Absicherung einer funktionierenden, strukturell neutralen Vertriebsordnung.“

Martin Schiessl, Presse Schiessl

„Wir müssen aufpassen, den Markt nicht zu verlieren.“

Frank Mietke, MERCURA – Pressegroßhandel Mietke