



FÜR PRESSEFREIHEIT  
UND PRESSEVIelfALT

„Unabhängige Information ist eine Voraussetzung und ein wesentliches Element unserer demokratischen Ordnung. Für einen freien Zugang zu Information gehen in vielen Teilen der Welt Menschen auf die Straße und kämpfen für ihre freiheitlichen Rechte. Sie tragen dazu bei, dass sich Menschen nahezu überall in Deutschland unabhängig und faktenbasiert informieren können. Gerade in den ländlichen Regionen erfüllen Sie damit einen unfassbar wichtigen Auftrag.“

Grußwort des Staatsministers Michael Boddenberg,  
Hessischer Minister der Finanzen, an die Presse-Großhändler  
auf der Gresso-Jahrestagung 2022 in Wiesbaden

Zeit für mich.  
Zeit für Zeitungen  
und Zeitschriften!



FÜR PRESSEFREIHEIT  
UND PRESSEVIelfALT

Gesamtverband Pressegroßhandel e.V. | Geschäftsbericht 2022

# Geschäftsbericht

## Highlights 2022





# Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser,

„Welcome back“ – so lautete das ermutigende Fazit der Grosso-Jahrestagung im September 2022 in Wiesbaden. Nach einer Pandemie-bedingten Zwangspause trafen sich die Mitglieder und Partner des Gesamtverbandes Presse-Grosso e.V. erstmals wieder live und persönlich in der hessischen Landeshauptstadt. Die Redner und Gäste reflektierten die Erfahrungen aus der Corona-Zeit, wonach die Branche „stark, flexibel und kreativ“ aufgestellt ist.

Doch der russische Angriffskrieg auf die Ukraine und seine wirtschaftlichen Folgen veränderte alles, wie der Vorstandsvorsitzende Frank Nolte im Interview (siehe Seite 6) erläutert. Explodierende Kosten im Bereich Personal und Energie bzw. Treibstoff belasten Verlage und Pressegroßhandel außerordentlich. Während in der Hochphase der Pandemie die Nachfrage nach Publikationen im Bereich, Politik & Wirtschaft sowie Jugend & Comic angestiegen war, löste die hohe Inflation ab Mitte 2022 eine allgemeine Kaufzurückhaltung aus. Weltereignisse wie der Krieg in der Ukraine oder der Tod von Queen Elisabeth II. führten zumindest in einzelnen Segmenten temporär zu teils deutlich steigenden Verkäufen. Dies zeigen Panel-Auswertungen, die der Gesamtverband regelmäßig zu spezifischen Praxisthemen erstellt. Wie ein Pressesortiment am POS zum Erlebnis wird, dafür stehen beispielhaft die Gewinner des Award „Bestes Presseregal 2022“, den der Gesamtverband weiterhin unterstützt. Im Jahr 2023 erfolgt die Preisverleihung erstmals im Rahmen der Grosso-Jahrestagung.

Die jüngsten geopolitischen Entwicklungen unterstreichen einmal mehr den Wert unabhängiger Medien und eines freien Zugangs zu verlässlichen Informationen. Für eine funktionierende Gesellschaft

sei „eine Presseversorgung in der Fläche wichtig“, wie der hessische Staatsminister Michael Boddenberg auf der Grosso-Jahrestagung unterstrich. Vor diesem Hintergrund sind die Initiative des Bundesrates und der Prüfauftrag der Bundesregierung für eine „Förderung der flächendeckenden Versorgung mit periodischen Presseerzeugnissen“ zu begrüßen. Der Pressegroßhandel zählt zur systemrelevanten Infrastruktur im Land. Die neue Branchenvereinbarung zwischen dem Grosso-Verband und der sog. Medienallianz ab März 2023 ist daher eine notwendige Voraussetzung, um in den nächsten Jahren den Sortimentsvertrieb in der Fläche zu stabilisieren. Neben der Stärkung des Kerngeschäfts arbeitet der Berufsstand intensiv an der Erschließung ergänzender Geschäftsfelder. Zwischenbetriebliche Kooperationen zeigen neue Chancen für die Zukunft auf – wie der erfolgreiche operative Start der gemeinsamen Logistikgesellschaft der Presse-Grossisten KOMMT Overnight für B2B-Logistik zeigt.

Der vorliegende Geschäftsbericht präsentiert einen Ausschnitt der umfangreichen Aktivitäten des Gesamtverbandes und seiner Mitglieder zur Förderung des Kultur- und Wirtschaftsgutes Presse in einem herausfordernden Umfeld.

Wir wünschen eine anregende Lektüre.



---

Kai-Christian Albrecht,  
Hauptgeschäftsführer Gesamtverband Pressegroßhandel

# Inhalt

## INTERVIEW

- 06 „Handlungsspielraum zur Fortentwicklung des Pressevertriebssystems nutzen“  
Interview mit Frank Nolte
  - 10 “Facts and Figures” Presse-Grosso 2022
- 

## MEDIENPOLITIK / DEMOKRATIE

- 12 Initiative zur Presseförderung
  - 13 Entschließung des Bundesrates für den Erhalt der Pressevielfalt
  - 13 Im Dialog mit der Bundespolitik
  - 14 Woche der Meinungsfreiheit  
„Meinungs- und Pressefreiheit sind für Frieden und Freiheit unabdingbar“
- 

## MARKETING

- 16 Marketing im Gesamtverband  
Pressegroßhandel

## MARKTANALYSE

- 20 EHA STRA 2022  
Moderater Rückgang der Presseverkaufsstellenzahl
  - 24 Ausgewählte Beispiele aus Datenanalysen des Verbandes
- 

## ENGAGEMENT

- 26 Zeitschriften in die Schulen  
Kulturstaatsministerin Claudia Roth übernimmt Schirmherrschaft über Leseförderinitiative
- 28 Bestes Presseregal-Award  
„Besser geht’s nicht“
- 30 Ausbildungstag in der Verbandsgeschäftsstelle
- 32 Futurum Vertriebspreis  
Presse-Grossist Uwe Zeyn für Lebenswerk geehrt
- 33 Ehrung der Unternehmer  
Fred Schumacher und Familie Wahlich

## VERANSTALTUNGEN

- 34 Mitgliederversammlung  
27. April 2022 in Köln
- 36 Grosso Jahrestagung 2022  
Mit Leidenschaft für den Vertrieb
- 38 Verlage und Grosso ringen um  
gemeinsame Lösung
- 41 Mitgliederversammlung  
28. September 2022 in Wiesbaden  
Presse-Grosso treibt Standardisierung  
und Digitalisierung voran
- 44 Bilderseiten Grosso-Treff „Villa im Tal“
- 46 Fachaussteller / Business Lunch 2022
- 47 Save the Date

---

## DOKUMENTATION

- 48 Verbandsgeschäftsstelle
- 49 Vertriebsräume / Fusionen
- 50 Medienarbeit und Publikationen

## ANHANG

- 52 Grosso in Zahlen
- 53 Wirtschaftliche Entwicklung
- 55 Chronik 2022
- 59 Vorschau 2023
- 60 Who's who
- 61 Autoren
- 62 Impressum

## INTERVIEW

# „Handlungsspielraum zur Fortentwicklung des Pressevertriebssystems nutzen“

**Der Verband der deutschen Pressegroßhändler hat sich Anfang 2023 mit der sog. Medienallianz von 13 Zeitschriftenverlagen auf eine neue Branchenvereinbarung geeinigt. Die Vereinbarung regelt für die nächsten beiden Jahre die Voraussetzungen, Konditionen und Leistungen für den flächendeckenden und diskriminierungsfreien Sortimentsvertrieb durch die Presse-Grossisten. Sie ist am 1. März 2023 in Kraft getreten. Eine mögliche Verlängerung ist vertraglich vorgesehen. Der 1. Vorsitzende des Grosso-Verbandes Frank Nolte erläutert im Interview die Hintergründe.**

Die Presse-Grossisten haben in den vergangenen Jahren verschiedene Projekte angestoßen und umgesetzt, um sich für die Zukunft aufzustellen. Ist die neue Handelsspannen-Regelung für die weitere Transformation eine förderliche Grundlage oder eher eine zusätzliche Herausforderung?

Die neue Branchenvereinbarung ist eine notwendige Voraussetzung, um in den nächsten Jahren den Sortimentsvertrieb in der Fläche zu stabilisieren. Beide Vertragspartner gewinnen Handlungsspielraum für die Fortentwicklung des Pressevertriebssystems sowie die Erschließung neuer Geschäftsfelder.

Die letzten Branchenvereinbarungen galten jeweils für einen längeren Zeitraum. Warum haben Sie sich diesmal auf zwei Jahre verständigt?

Zum Start der Verhandlungen sind die Medienallianz und wir zunächst von anderen Rahmenbedingungen und Prognosen für die nächsten Jahre ausgegangen. Der russische Angriffskrieg und die wirtschaftlichen Folgen haben alles verändert. Noch nie waren Kosten und Erlöse so volatil wie heute. Wer traut sich heute zu, die Entwicklung im Markt über zwei Jahre hinaus zu prognostizieren? Der vorliegende Abschluss bietet den Parteien deshalb die Möglichkeit, gemeinsam bis sechs Monate vor Ablauf der Vereinbarung eine einjährige Anschlussvereinbarung zu aktivieren.

Ab September 2023 soll eine gleichmäßigere Verteilung der Liefermengen auf die einzelnen Wochentage erfolgen.

Wir haben uns mit der Medienallianz darauf verständigt, nicht nur die Konditionen im engeren Sinne zu verhandeln. Vielmehr war es das erklärte Ziel, wo immer es



---

Frank Nolte, seit 2009 an der Spitze des GROSSO-Verbandes

verkaufsunschädlich geht, Ressourcen zu schonen, den Wareneinsatz intelligent anzupassen und die Auslastung des Systems effizienter zu gestalten. Ziel ist es, den bislang mit Abstand stärksten Erscheinungstag Mittwoch durch Verlagerung von Objektgruppen auf die Wochentage Dienstag bis Samstag zu entzerren. Es liegt auf der Hand, dass sich somit sowohl in der Anlieferung von Druckerei an Presse-Grosso, der Kommissionierung im Pressegroßhandel und der Auslieferung zu den Einzelhändlern Ressourcen gleichmäßiger einsetzen lassen und Sonderaufwand abbauen lässt. Dies soll auch dazu führen, dass die Mengen, die unsere Einzelhandelspartner in das Presseregal einräumen müssen, sich über die Woche gleichmäßiger verteilen.

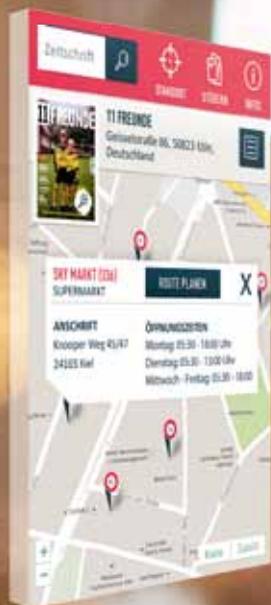
Mit den Verlagen haben Sie sich zudem darauf verständigt, die Richtwerte für die Disposition zu „schärfen“. Es heißt, der Wareneinsatz soll überall dort vermindert werden, wo dies ohne Nachteile für Verfügbarkeit und Verkaufs-Chancen möglich ist.

Die Disposition ist eine Kernkompetenz des Presse-Grosso. Dass sich Mengen verkaufsunschädlich abbauen lassen, ist hinreichend bewiesen und in der Praxis durch verschiedene Tests erprobt. Weniger gedruckte Ware einzusetzen, ist für alle Partner der Wertschöpfungskette wirtschaftlich sinnvoll und insgesamt zeitgemäß. Einzelhandelspartner können Personaleinsatz am Regal reduzieren und gewinnen mehr Liquidität. Verlage können bei massiv gestiegenen Papierpreisen Druckauflagen optimieren, und auf der Ebene Pressegroßhandel reduzieren sich Auslieferungsmengen und Retouren. Der Abbau von Remissionen ist zudem auch erklärte Anforderung unserer Einzelhandelspartner. Über allem steht der Grundsatz, nicht in Verkäufe zu kürzen, wie wir das nennen. Das können wir durch unsere Vertriebsprofis in den Betrieben und durch den Einsatz intelligenter Systeme gewährleisten.

### Wie blicken Sie angesichts der nun gefundenen Handelsspannen-Einigung und der angestoßenen Projekte auf die wirtschaftliche Entwicklung des Presse-Grosso in 2023?

Die ersten Wochen in 2023 zeigen keine generelle Trendwende im Presseeinzelverkauf. Statistisch sind die Zahlen aber noch nicht belastbar. Der angekündigte Marktaustritt von eingeführten G+J-Marken war kein gutes Signal. Das darf keinesfalls Schule machen. Wir stehen für Pressevielfalt an der Ladentheke und brauchen – wie auch der Einzelhandel – dringend diese Produkte und Erlöse. Daher werben wir für den Erhalt attraktiver und wirtschaftlich gesunder Magazine. Das große Interesse von verschiedenen Verlagen an zum Verkauf stehenden Marken ist daher positiv. Was manche Kostentreiber des letzten Jahres und die Inflationsentwicklung angeht, so bin ich verhalten optimistisch, dass sich die Lage in den nächsten Monaten verbessert. Mit unseren Partnern auf der Einzelhandelsseite arbeiten wir vertrauensvoll zusammen. Wir begleiten unter anderem eine große Marktforschungsstudie eines der führenden LEH-Konzerne. Ferner freue ich mich über den gelungenen Start unserer Verbands-App für den Sortimentscheck im filialisierten Einzelhandel. OPTIPRESS steht seit wenigen Tagen in den App-Stores von Apple und Google zum Download zur Verfügung.

# DER SCHNELLSTE WEG ZUR ZEITSCHRIFT.



MYKIOSK.COM BRINGT LESER OHNE UMWEG ANS ZIEL.

In der weltweit größten Suchmaschine für Zeitschriften und Zeitungen finden Leser schnell und unkompliziert zu ihrer Lieblingszeitschrift – und das auf dem kürzesten Weg.

MEHR INFOS UNTER [MYKIOSK.com](https://www.mykiiosk.com)

# Facts & Figures

**17**  
Pressegroßhändler

---

**85.768**  
Verkaufsstellen

---

**9.740**  
Pressefachgeschäfte

---

**5.120**  
Kioske




**1.800**  
Titel im  
Präsenzsoriment



**1.800**  
Mio.  
Umsatz



**85**  
Standorte



**2.000**  
Touren  
pro Nacht  
mit rund  
100.000 km

## JANUAR

- Presse-Grosso setzt Konsolidierung und Diversifizierung fort

## MÄRZ

- Presse-Grosso setzt mit Qualitätsoffensive und Gutscheinclearing Zeichen

## MAI

- Presse-Grosso beteiligt sich an der Woche der Meinungsfreiheit

## 2022

### FEBRUAR

- Start der Handelsspannenverhandlungen
- Russischer Angriff auf die Ukraine

### APRIL

- Pressevertrieb durch explodierende Kosten unter Druck

### JUNI

- Debatte um Presseförderung



# 21.298

VPM Scanner-  
kassen für ECR



# 25

überregionale  
VKF-Aktionen



# 357.000

km<sup>2</sup>  
Flächendeckung



Such- und Find-  
service  
MyKiosk.com

## VORSCHAU 2023

- 25./26.04.2023: Ordentliche Hauptversammlung Gesamtverband Pressegroßhandel, Köln
- 12./13.09.2022: Jahrestagung Gesamtverband Pressegroßhandel, Wiesbaden

### JULI

- Steigender Mindestlohn belastet Wirtschaft

### SEPTEMBER

- Grosso-Jahrestagung 2022: „Branche ist stark, flexibel & kreativ“

### NOVEMBER

- Tag der Zeitschriften: Plädoyer für gedruckte Presse

### AUGUST

- Grosso-Verband legt LZ-Markenlehrbrief zum Pressesortiment neu auf

### OKTOBER

- KOMMT Overnight & Zamdo starten Logistikkoooperation

### DEZEMBER

- EHA STRA 2022: Presse-Grosso beliefert knapp 86.000 Verkaufsstellen. Die Versorgung ist überall gewährleistet.

# Initiative zur Presseförderung

Der Pressegroßhandel begrüßt Initiativen von Bund und Ländern für eine „Förderung der flächendeckenden Versorgung mit periodischen Presseerzeugnissen“. Zur systemrelevanten Infrastruktur zählt das lesernahe Vertriebssystem über den Pressegroßhandel.

Strukturwandel, Pandemie und Wirtschaftskrise – der deutsche Pressegroßhandel hat bislang alle Herausforderungen allein durch unternehmerische Initiativen und ohne staatliche Subventionen gemeistert. Vor dem Hintergrund der Initiative des Bundesrates (vgl. Kasten) und dem Prüfauftrag der Bundesregierung für eine „Förderung der flächendeckenden Versorgung mit periodischen Presseerzeugnissen“ kommt der Gesamtverband Pressegroßhandel der allgemeinen Erwartung nach, sich in die Debatte einzubringen. „Wir begrüßen ausdrücklich die politischen Initiativen. Wenn unsere Verlagspartner wie auch immer von der Allgemeinheit dabei unterstützt werden, attraktive Presseprodukte herzustellen und zu angemessenen Preisen zu vertreiben, dann dient dies mittelbar auch der Stabilisierung des Pressevertriebs insgesamt“, erklärte der GROSSO-Vorsitzende Frank Nolte auf der Jahrestagung des Verbandes im Herbst 2022.

Der Pressegroßhandel sieht darüber hinaus einen unmittelbaren Förderanspruch. Das engmaschige Pressevertriebssystem zählt zur systemrelevanten Infrastruktur! Der Gesamtverband Pressegroßhandel unterstützt speziell Vorschläge aus der Medienpolitik und der Branche, die Mehrwertsteuer für Presseerzeugnisse weiter zu reduzieren. Dies käme weitgehend allen Print-Gattungen und Vertriebskanälen zugute.

## Politische Kommunikation nach der Bundestagswahl

Nach der Bundestagswahl am 26. September 2021, der Konstituierung des 20. Deutschen Bundestags und der Bundesregierung unter Bundeskanzler Olaf Scholz änderten sich für Wirtschaft und Verbände wie dem Gesamtverband Pressegroßhandel zahlreiche Ansprechpartner. In den Bundesministerien, Ausschüssen und Gremien der Parteien wechselten Leitungen, Schwerpunkte und personelle Strukturen.

Für den Pressegroßhandel sind traditionell die Politikfelder der Medien- und Wirtschaftspolitik relevant, denn Presse ist Kultur- und Wirtschaftsgut zugleich. Der Gesamtverband Pressegroßhandel hat daher das Geschäftsjahr 2022 genutzt, um neue Kontakte in das BKM – Beauftragte für Kultur und Medien der Bundesregierung – in das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz und in die entsprechenden Bundestagsausschüsse sowie Arbeitsgruppen der Parteien zu knüpfen bzw. bestehende Kontakte auf der Arbeitsebene zu vertiefen.

## Entschießung des Bundesrates für den Erhalt der Pressevielfalt

Der Bundesrat hat in seiner 1024. Sitzung am 16. September 2022 eine Entschließung für den „Erhalt der Pressevielfalt“ gefasst:

„Freie Medien sind ein wesentliches Element unserer demokratischen Ordnung, ein besonders schützenswertes Kulturgut und ein bedeutender Wirtschaftsfaktor mit einer herausgehobenen Verantwortung. Die Presse spielt in unserer Demokratie eine zentrale Rolle für die Information der Öffentlichkeit und die demokratische Meinungsbildung.

Der Bundesrat betont, dass die Bundesrepublik Deutschland gerade in Zeiten von Fake News, Desinformation, Deepfakes und Verschwörungstheorien weiterhin eine leistungsfähige Medienlandschaft braucht, die gekennzeichnet ist von journalistisch selbstständiger Tätigkeit, investigativer Recherchertätigkeit und einer lückenlosen flächendeckenden regionalen und lokalen Berichterstattung. (...)

Der Bundesrat begrüßt in diesem Zusammenhang, dass sich die Bundesregierung in ihrem Koalitionsvertrag dazu verpflichtet hat, die flächendeckende Versorgung mit periodischen Presseerzeugnissen zu gewährleisten und prüfen zu wollen, welche Fördermöglichkeiten dazu geeignet sind. (...)

Vor diesem Hintergrund hält es der Bundesrat schnellstmöglich für erforderlich, Maßnahmen zu ergreifen, um die flächendeckende Versorgung mit periodischen Presseerzeugnissen auch tatsächlich weiterhin gewährleisten zu können.“

*Entschließung des Bundesrates vom 16. September 2022 (Auszug)*

## Im Dialog mit der Bundespolitik

Auf Einladung der medienpolitischen Sprecherin der CDU/CSU-Bundestagsfraktion Dr. Christiane Schenderlein, besuchte Verbandsgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht am 29. November 2022 eine Sitzung der Arbeitsgruppe Kultur- und Medien der CDU/CSU-Bundestagsfraktion. Die anwesenden Mitglieder des Deutschen Bundestags sowie das wissenschaftliche Personal befragten den Verbandsgeschäftsführer nach der Situation des Pressegroßhandels zur Wahrung des im allgemeinen Interesse stehenden Versorgungsauftrags in Folge der aktuellen Energie- und Wirtschaftskrise, erkundigten sich nach den Gesprächen mit den Verlagen über eine neue Branchenvereinbarung, die im Interesse der Politik sei, und tauschten sich über aktuelle Trends im Zeitungs- und Zeitschriftenregal vor dem Hintergrund des Problems der zunehmenden Verbreitung von Fake-News speziell in Sozialen aber auch in klassischen Medien aus.



v. li. n. re: **MdB Maximilian Mörseburg, MdB Michael Frieser, Kai-C. Albrecht, MdB Dr. Christiane Schenderlein, MdB Marco Wanderwitz**

## WOCHE DER MEINUNGSFREIHEIT

# „Meinungs- und Pressefreiheit sind für Frieden und Freiheit unabdingbar“



Pressegroßhandel beteiligte sich an der „Woche der Meinungsfreiheit“ vom 3. bis 10. Mai 2022

Der Gesamtverband Pressegroßhandel wies zum „Tag der Pressefreiheit“ auf die gesamtgesellschaftliche Bedeutung einer freien Presse und eines unabhängigen Pressevertriebs als Garanten der Meinungs- und Pressefreiheit hin. Der Pressegroßhandel und rund 20.000 Presseeinzelhändler beteiligten sich an der „Woche der Meinungsfreiheit“. Die Initiative stellte vom 3. bis 10. Mai 2022 die Bedeutung der Meinungsfreiheit und lebendiger Debatten für eine freie, demokratische Gesellschaft in den öffentlichen Fokus. Inhaltliche Basis war die „Charta der Meinungsfreiheit“. Der Pressegroßhandel wies mit Aufklebern, Plakaten, Flyern, und durch Aktionen vor Ort auf das Thema hin.

„Für Frieden und Freiheit ist die Meinungs- und Pressefreiheit konstituierend“, erklärte Vorstandsvorsitzender Frank Nolte. Weltweit werden unabhängige und kritische Stimmen verfolgt. Der russische Angriffskrieg gegen die

Ukraine bedrohe das Leben und die Freiheit der Menschen – auch von Journalisten und Journalistinnen, die unabhängig über die Zustände berichteten.

„Die jüngsten Entwicklungen unterstreichen“, so Nolte, „den systemrelevanten Wert unabhängiger Medien und eines freien Zugangs zu verlässlichen Informationen. Der Pressegroßhandel sichert die Pressefreiheit- und Vielfalt in der Fläche.“ Dem Berufsstand sei es ein großes Anliegen, die am Tag der Pressefreiheit beginnende Woche der Meinungsfreiheit als Partner mitzugestalten.

Gerade in unsicheren Zeiten hätten die Menschen ein großes Bedürfnis nach gesicherten Informationen, Hintergründen, guten Geschichten, Rat und Unterhaltung. Der Pressegroßhandel stelle attraktive Zeitungs- und Zeitschriftensortimente zusammen und bringe diese über die Handelspartner zu den Menschen.

## Aktiv für Meinungs- und Pressefreiheit

Die Pressegroßhändler wiesen mit Aufklebern, Plakaten, Flyern und durch Aktionen vor Ort auf das Thema hin

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Firmen QTRADO, QTRADO Logistis und Hollmann beziehen Stellung zur Woche der Meinungsfreiheit



Der Nordbayerische Pressevertrieb (NPV), Nürnberg, dokumentierte die Aktionen von Pressehändlern in seinem Vertriebsgebiet



Presse-Shop bei der Firma Jost, München



Presse-Shop beim Cottbusser PV, Cottbus



Presse-Shop beim Frankenthaler PV, Frankenthal

# Marketing im Gesamtverband Pressegroßhandel

## Marketing für das Pressesortiment

Der Fachbereich Marketing im Gesamtverband Pressegroßhandel setzt sich für den Vertrieb und die Vermarktung der Gattung Zeitungen und Zeitschriften am POS ein.

Die Planung, Durchführung und Kontrolle wesentlicher Aktivitäten im Fachbereich erfolgt im Arbeitskreis

Großkundenbetreuung. Der Arbeitskreis erarbeitet die Leitlinien der Großkundenbetreuung und pflegt die Kontakte zu Schlüsselkunden. Über die Mitglieder des Arbeitskreises hinaus stehen Supermärkten, Mineralölgesellschaften und Tabakwaren-Filialisten bundesweit 23 Vertriebsprofis aus den Grosso-Unternehmen sowie das Marketing-Team in der Verbandsgeschäftsstelle als zentrale Ansprechpartner zur Verfügung.

Im Berichtszeitraum vertiefte der Arbeitskreis die Zusammenarbeit mit EH-Gremien der Verlegerverbände, speziell mit dem Arbeitskreis Pressemarkt Vertrieb im Medienverband der Freien Presse (MVFP).

## Herausforderungen im Marktumfeld

Nach drei Jahren Corona-Pandemie steht der Pressevertrieb in Folge von Inflation und Kaufzurückhaltung einerseits sowie explodierenden Kosten speziell in den Bereichen Energie und Transport andererseits vor neuen Herausforderungen. Trotz des schwierigen Marktumfeldes belieferte der Pressegroßhandel in 2022 zur Stichwoche KW 39 bundesweit 86.000 Pressehändler. Im Vergleich zum Vorjahr entsprach dies einem Rückgang von 3,9 Prozent, der mil-



Der Arbeitskreis Großkundenbetreuung besteht aus den Vertriebsprofis Udo Schlaghecken (Sprecher), Axel Muß, Frank Nolte, Marco Burmester, Markus Medritzky und Marketing-Referent Elmar Mathews (nicht im Bild).

der ausfiel als noch zu Hochzeiten der Pandemie. Das Presse-Grosso konnte trotz des Rückganges 2.176 neue Verkaufsstellen für den Presseverkauf gewinnen.

Das Ressort arbeitet in der Neukundenschließung intensiv mit den Partnern aus Verlagen und Nationalvertrieben zusammen. Ziel ist die kontinuierliche Pflege und Erhalt des käufernen Vertriebsnetzes. In Folge des anhaltenden Strukturwandels im Presse-einzelhandel gewinnen filialisierte Einzelhandelsbetriebe eine wachsende Bedeutung. Diese nehmen im Kerngeschäft Presse inzwischen einen Umsatzmarktanteil in Höhe von 72 Prozent ein.

In unruhigen Zeiten nehmen die Verlässlichkeit der laufenden vertrieblichen Prozesse und deren Effizienz einen noch höheren Stellenwert im Marketing-Mix des Presse-Grosso ein als ohnehin. So gewährleisten die Grosso-Unternehmen wie auch schon während der Corona-Pandemie durchgängig stabile Lieferketten. Zudem ist ein engmaschiges Vertriebscontrolling unverzichtbar für die Steuerung der Aktivitäten in der Großkundenbetreuung. Das Marketing-Ressort unterstützt die Arbeit der Großkundenbetreuer und Einzelhandelspartner mit der Erstellung und Bereitstellung von verschiedenen Vertriebscontrollings und detaillierten Analysen über die Verkäufe von Zeitungen und Zeitschriften.

### Optipress-App für die Sortimentsbearbeitung



### Optipress-App für die Sortimentspflege im Einzelhandel

Das Ressort Marketing hat im Berichtszeitraum ein Projekt zur IT-gestützten optimierten Sortimentsbearbeitung bei den Einzelhandelspartnern aufgesetzt. Ziel ist die Etablierung einheitlicher und effizienter Prozesse an der Schnittstelle zwischen Presse-einzelhandel und Presse-Grosso. Auf Initiative des Arbeitskreises Großkundenbetreuung hat der Gesamtverband in Zusammenarbeit mit dem IT-Dienstleister ConceptNet eine national einheitliche App namens Optipress entwickelt. Die Anwendung geht auf eine Entwicklung des Bielefelder Presse-Grossisten PDG Presse-Distributions-Gesellschaft zurück und richtet sich speziell an die Anforderungen des filialisierten Presse-einzelhandels. Optipress kann über Smartphones

oder MDE-Geräte im Einzelhandel angewendet werden. MDE-Geräte sind tragbare Erfassungsgeräte für die mobile Datenerfassung. Mithilfe der Smartphone-Kamera oder des Barcode-Scanners wird der 13stellige Presse-GTIN am Regal erfasst und zeigt der Arbeitskraft am Presseregal im Einzelhandel den aktuellen Zustand des Pressetitels an. Mögliche Hinweise sind zum Beispiel: „Verbleibt im Regal“ oder „Kann gegen Gutschrift remittiert werden“. Ebenso gibt es einen Hinweis zum korrekten Einordnen der Titel im Regal und die jeweilige Objektgruppe. Die Anwendung soll die Arbeit mit dem Pressesortiment vereinfachen und Effizienzpotenziale bei der Regalpflege ermöglichen. Weitere Informationen sind unter der folgenden Internetadresse abrufbar: <https://optipress.presse-grosso.de>

## Verkaufsförderung für Presse über Zweitplatzierungen im Handel

Weiterer Schwerpunkt im Marketing-Mix des Pressegroßhandels ist die Verkaufsförderung im Sinne der direkten Absatzförderung über Zweitplatzierungsdisplays. Das Marketing-Ressort hat im vergangenen Jahr erneut die zentrale Koordination übernommen: 2022 wurden insgesamt 25 Aktionen koordiniert, die sich auf 38 Varianten mit 15 Einzelhandelszentralen und rund 30.500 Filialen des filialisierten Einzelhandels verteilen. Die Aktionen orientieren sich an wichtigen gesellschaftsrelevanten Ereignissen, wie z. B. der Fußball-WM oder saisonalen Trends. Politische Ereignisse wie Wahlen und gesellschaftliche Ereignisse wie der Tod von Queen Elizabeth führen vorübergehend zu zusätzlicher Nachfra-

ge nach entsprechenden Zeitungen und Magazinen. Der Gesamtverband wertet solche Sondereffekte mit entsprechenden modernen Panels aus und stellt die Ergebnisse den Großkundenbetreuern und Mitgliedern für die Praxis zur Verfügung.

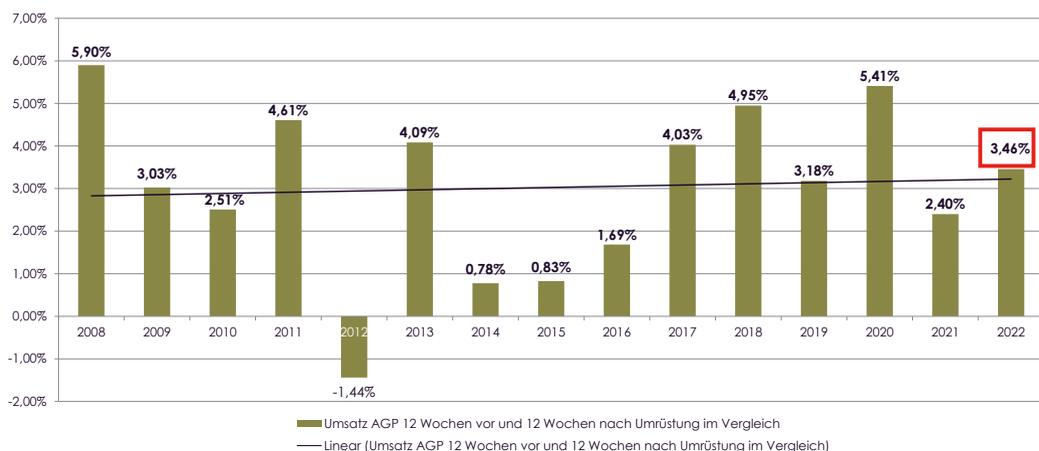
## Kontinuierliche Verbesserung der Warenpräsentation

Das Marketing-Ressort erhebt jährlich Qualitätsverbesserungen im Zuge individueller Maßnahmen der Presse-Grossisten wie der Warenpräsentation. So hat der Pressegroßhandel im Geschäftsjahr 2022 bundesweit 887 selbstständige Pres-

sefach- und Lebensmittelhändler sowie Tankstellen bei der Modernisierung des Ladengeschäfts bzw. des Presseregals unterstützt. Vom Ladenumbau, Umrüstungen auf moderne Beleuchtung über Investitionen in neue Regale bis hin zu Schulungen reichen die über 3.400 Maßnahmen der Qualitätsoffensive. Die Verschönerung des Ladens sowie der Warenpräsentation mit Unterstützung des Grosso-Außendienstes zahlen sich aus: Geförderte Pressehändler erwirtschafteten nach dem Umbau durchschnittlich 3,5 Prozent mehr Umsatz als vorher. Dies ist das Ergebnis der Umfrage bei Mitgliedern des Gesamtverbandes Presse-Großhandel.

## Ergebnisse der jährlichen Qualitätsoffensive des Presse-Großhandels

Umsatzentwicklung: Händler der Qualitätsoffensive 2022



- In die Umsatzauswertung werden jeweils Händler einbezogen, von denen durchgängig Umsatzdaten gemeldet worden sind.
- 2022 waren dies 796 von 887 geförderten Händlern.

Während im Zuge der Corona-Pandemie 2021 aufgrund der Beschränkungen rund ein Drittel weniger Pressehändler an der Qualitätsoffensive teilnahmen, hat sich die Anzahl der Teilnehmer 2022 stabilisiert.

Die Qualitätsoffensive des Presse-großhandels ist ein Klassiker: Seit dem Start 2007 haben die Presse-Grossisten und ihre Handelspartner mehr als 70 Tausend Einzelmaßnahmen umgesetzt. Die Presse-Grossisten sprechen in ihrer Region bewusst Partner aus der Geschäftsart Pressefachhandel an, daneben auch selbstständige Lebensmitteleinzelhändler und selbstständige Tankstellen. Der Grosso-Kundendienst schlägt gezielt Maßnahmen vor, berät und unterstützt bei der Umsetzung vor Ort. Zur Auswahl stehen etwa allgemeine Verbesserung des Ladendesigns, Strukturgebung des Presseregals nach Objektgruppen, Beschriftung, Beleuchtung, Schulungen, moderne Kassensysteme oder Schaufensterwerbung.

### **Erweiterung der Akzeptanzstellen für Presse-Gutscheine**

Ein weiteres Marketing-Instrument zur Verkaufsförderung stellen Gutscheine dar, die die Verlage als Gutscheinaussteller für Konsumenten

zur Verfügung stellen. Im Zuge des Projektes Gutscheinclearing wurde eine kassengestützte Erfassung von Presse-Gutscheinen mit einem der größten deutschen Handelsunternehmen implementiert und erfolgreich im Markt eingeführt. Das Projekt geht auf ein Konzept zurück, an dem alle drei Handelsstufen, Verlage, Presse-Großhandel und Einzelhandel, beteiligt waren. Die Einführung des Gutscheinclearings ermöglicht eine reversionssichere Verarbeitung und Einlösung von Presse-Gutscheinen und erweitert die Akzeptanzstellen für Presse-Gutscheine im filialisierten Einzelhandel.

### **Fachtagungen**

Der persönliche Austausch über Fachthemen, aktuelle Trends und den Projekten im Ressort ist unverzichtbar. So organisierte das Marketing-Ressort 2022 verschiedene Gremiensitzungen und Tagungen. Am 15. Juni fand ein Workshop für alle Großkundenbetreuer des Verbandes zu den Themenschwerpunkten Sortimentsmanagement, Warenpräsentation, Verkaufsförderung, zwischenbetriebliche Schnittstellen und Neukundenerschließung statt. Darüber hinaus tagte der Arbeitskreis Zeitungen und Zeitschriftenverkauf mit den Schwerpunktthemen Presseverkauf in Krisenzeiten und Einzelhandelstrends am 22. März und am 29. November. Der AZZV ist das gemeinsame Gremium aus Verlagen, Presse-Großhandel und Einzelhandel und befasst sich bereits seit den

1970er Jahren mit dem Vertrieb und der Verkaufsförderung von Zeitungen und Zeitschriften über den stationären Einzelhandel.

### **Weitere Ressorthemen**

Neben den aufgeführten Themen befasste sich das Marketing-Ressort mit rechtlichen Anforderungen und Vorgaben für den Vertrieb, koordinierte die operative Arbeit im Zuge des Leseförderung-Projektes Zeitschriften in die Schulen, erstellte Schulungsmaterialien wie den Markenlehrbrief und engagierte sich bei der Ausrichtung der Wettbewerbe Deutschlands bestes Presse-Regal und Deutschlands bester Presseshop.

In Zusammenarbeit mit dem Ressort Marktanalyse und der Presse-Grosso Marketing GmbH werden bundesweite Services für den Presse-Vertriebsmarkt, wie das Such- und Find-Portal MYKIOSK.com, das Presse-Data-Warehouse oder die GKB-Datenbank betrieben und für den Presseverkauf eingesetzt.

## EINZELHANDELSSTRUKTURANALYSE 2022

# Moderater Rückgang der Presseverkaufsstellenzahl

**Der Gesamtverband Pressegroßhandel (GVPG) stellte Anfang Dezember die Ergebnisse seiner Vollerhebung des deutschen Presseeinzelhandels 2022 vor:**

**Der Pressegroßhandel beliefert werktäglich knapp 86.000 Verkaufsstellen mit Pressesortimenten.**

**Das Pressevertriebssystem in Deutschland sichert den Bürgerinnen und Bürgern damit weiterhin den direkten Zugriff auf attraktive Zeitungs- und Zeitschriften-Angebote, egal ob in Städten oder auf dem Land. Die Konsolidierung im Pressehandel hat sich trotz schwieriger Rahmenbedingungen leicht abgeschwächt.**

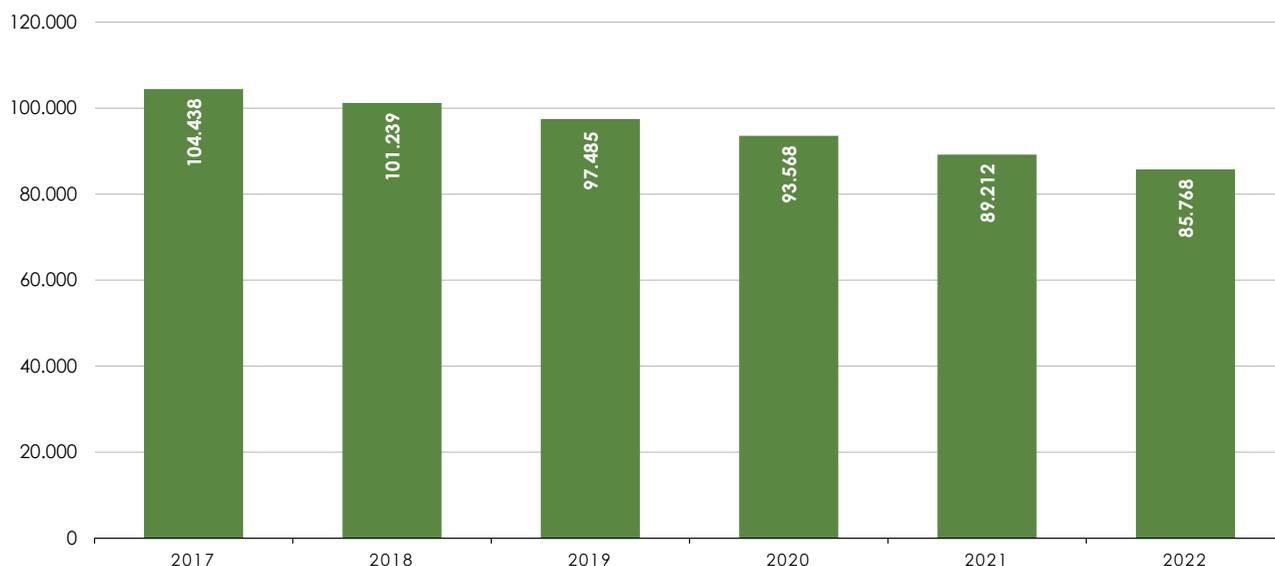
Zur Kalenderwoche 39/2022 beliefert der deutsche Pressegroßhandel bundesweit exakt 85.768 presseführende Einzelhändler mit Zeitungen, Zeitschriften und pressenahen Zusatzsortimenten und bedient damit ein feingliedriges und käufernahes Vertriebsnetz, das im internationalen Vergleich nach wie vor als vorbildlich gilt.

Im Jahr 2022 setzte sich der Strukturwandel im Pressehandel weniger dynamisch fort als in den Pandemie-geprägten Vorjahren. „Die vergleichsweise moderate Entwicklung unseres Händlernetzes ist angesichts der wirtschaftlichen Herausforderungen in Folge des russischen Angriffs auf die Ukraine bemerkenswert. Der presseführende Einzelhandel tritt offensichtlich steigenden Energiepreisen, Personalnot und allgemeiner Kaufzurückhaltung entschieden entgegen“, erläutert Andreas Obervoßbeck, Vorstand Marktanalyse des Gesamtverbandes Pressegroßhandel.

„Mit der Betreuung, Belieferung und Beratung von knapp 86.000 Presseverkaufsstellen leistet der Pressegroßhandel weiterhin einen wichtigen Beitrag zur Ubiquität von Printprodukten“, so Obervoßbeck.

Das stärkste Wachstum seit fünf Jahren legte das vom Pressegroßhandel etablierte Efficient Consumer Response-Verfahren „Verkaufstägliche Marktbeobachtung am Point of Sale“ (VMP) hin. Zudem trug das Sortimentsmanagement der Pressegroßhändler in Verbindung mit deren Qualitätsoffensive zu einer verbesserten Warenpräsentation von Presseprodukten bei.

Der stationäre Presseeinzelhandel befindet sich wie andere Händler, etwa die Apotheken, in einem strukturellen Anpassungsprozess. Die Pressegroßhändler betreiben einen hohen Aufwand für die ständige Pflege des Verkaufstellennetzes, das traditionell durch eine vergleichsweise hohe Fluktuation gekennzeichnet ist: Sie erschlossen seit Herbst 2021 bundesweit mehr als 2.100 Neukunden. Im gleichen Zeitraum gaben rund 5.600 Einzelhändler den Verkauf von Printprodukten auf und mussten aussteuert werden. Im Saldo beträgt der

**ABB. 1: ENTWICKLUNG PRESSE-VERKAUFSSTELLEN**


© Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.

Rückgang der Verkaufsstellen mit Presseangebot 3,9 Prozent (Vorjahre: -4,7 Prozent 2021 zu 2020 bzw. -4,0 Prozent 2020 zu 2019) auf insgesamt 85.768 Einzelhändler.

Die Konsolidierung im Pressehandel schwächt somit trotz hoher Inflation und Kaufzurückhaltung ab. Die Corona-Pandemie hat im Gegensatz zum Vorjahr keine spürbaren Auswirkungen mehr gehabt. Dementsprechend zeigte sich bei den am stärksten vom Rückgang betroffenen Geschäftsarten wieder das klassische Bild: Bäckereien, Pressefachhändler, Kioske und sonstige Spezialverkaufsstellen. Gegen den Trend wächst die Filialanzahl großer Supermärkte, Tankstellen und Drogeriemärkte. Die Entwicklung der EH-Standorte der Geschäftsarten Großformen des Einzelhandels und Discounter ist weitestgehend stabil.

Die drei wichtigsten Geschäftsarten im Presseeinzelverkauf sind Supermärkte, Presse-Fachgeschäfte und Discounter. Mit einem EH-Anteil von etwa 40 Prozent

werden in den Verkaufsstellen dieser Geschäftsarten rund 65 Prozent des gesamten Presseumsatzes generiert.

Gebundene oder regiebetriebene Einzelhandelsfilialisten, sogenannte Großkunden, verzeichneten einen Anteilzuwachs von 1,5 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Sie machen inzwischen mehr als die Hälfte der Presseeinzelhandelsgeschäfte (53,2 Prozent) aus. Der Anteil der ungebundenen, fragmentierten Einzelhändler umfasst nun 46,8 Prozent.

Deutlich positiver als zuletzt entwickelt sich das vom Pressegroßhandel etablierte Efficient Consumer Response-Verfahren VMP. Insgesamt 21.298 Einzelhändler und damit 2,6 Prozent mehr Verkaufsstellen als im vergangenen Jahr melden täglich ihre Verkaufsdaten. Die VMP-Kunden haben bundesweit einen Verkaufsstellenanteil von 24,8 Prozent (+1,5 Prozentpunkte) und generieren zusammen inzwischen 49,7 Prozent (+1,7 Prozentpunkte) des gesamten Presseumsatzes. Es wird erwartet, dass im

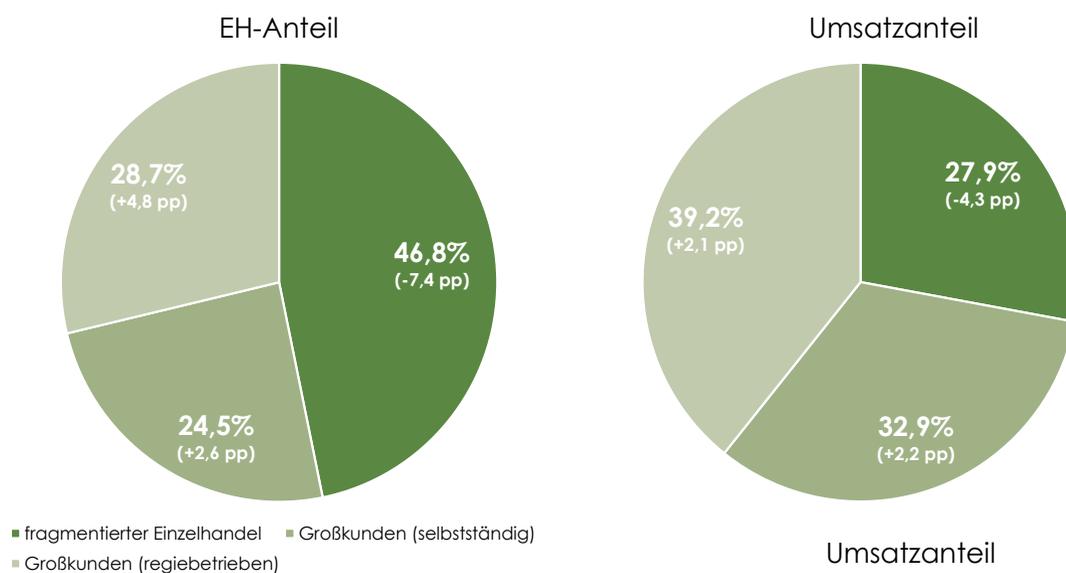
kommenden Jahr erstmals die Grenze von 25 Prozent EH-Anteil und 50 Prozent Umsatzanteil überschritten wird.

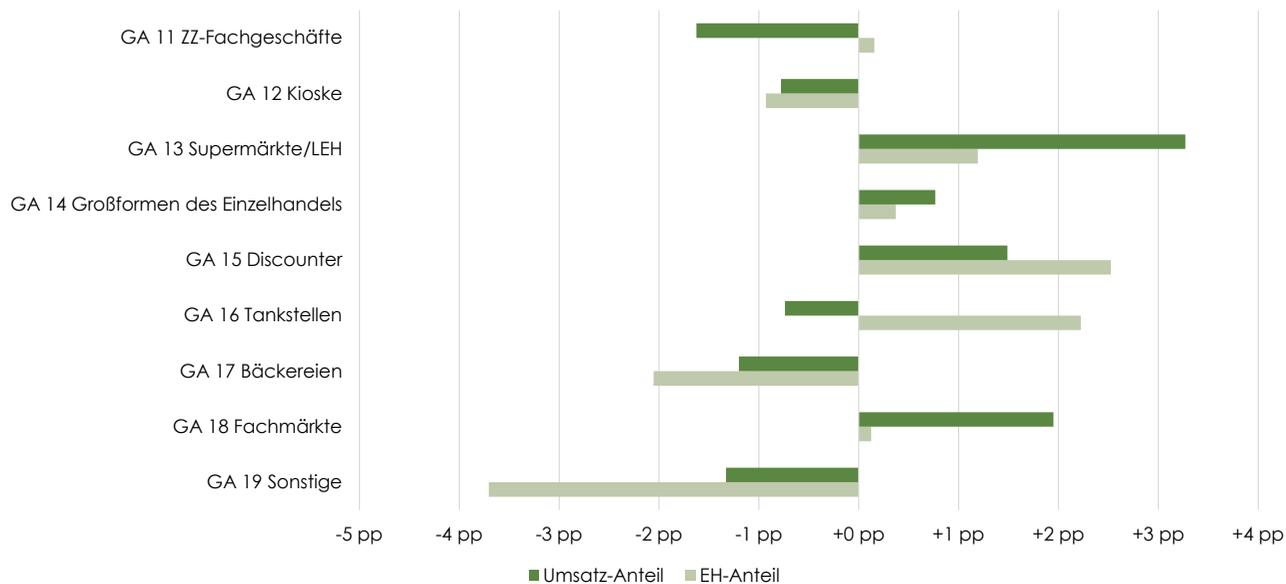
Seit 2015 ist die durchschnittliche Präsentationsfläche im zeitschriftenführenden Einzelhandel nur leicht von 24,4 Bordmeter je Verkaufsstelle auf aktuell 23,6 Bordmeter je Verkaufsstelle zurückgegangen (-0,8 Bordmeter je EH). Gleichzeitig verringerte sich im selben Zeitraum die durchschnittliche Sortimentsbreite Presse um 32,2 Objekte je Einzelhändler auf aktuell 196,8 Titel je Presse-shop. Im Ergebnis führt dies zu einem deutlichen Anstieg der durchschnittlichen Präsentationsfläche pro Objekt (+ 1,1 Zentimeter pro Titel). Die auch als Schuppungsgrad bekannte Maßgröße beträgt in der Erhebungswoche genau 12 cm.

Die Einzelhandelsstrukturanalyse 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.

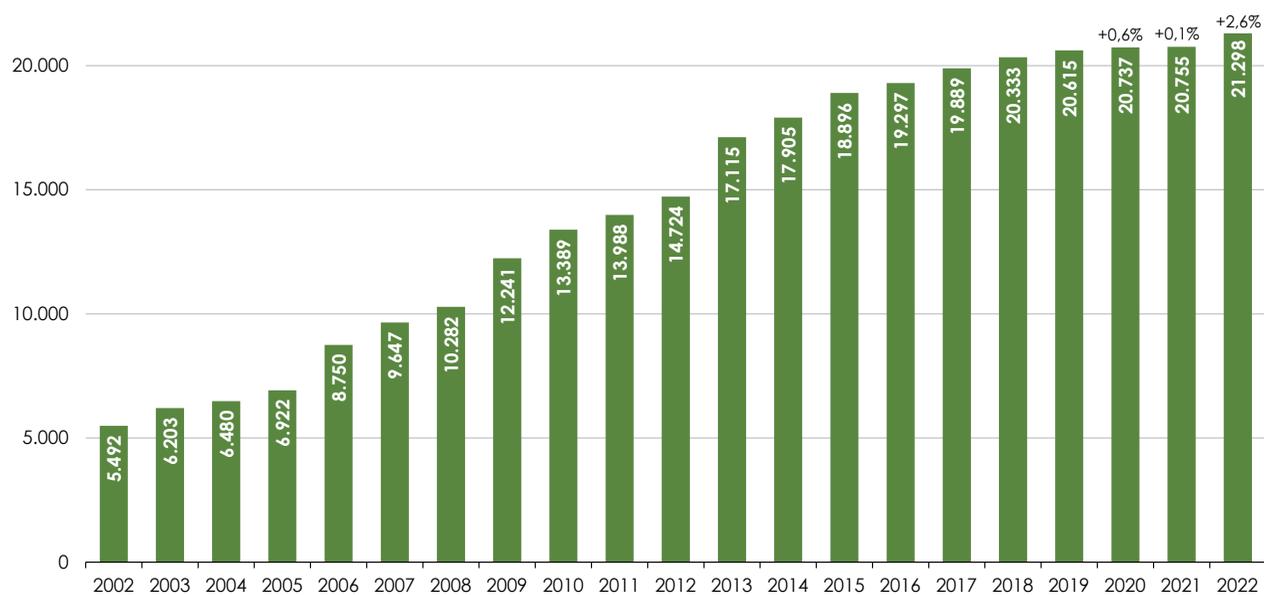
Weitere Informationen zu den Ergebnissen der Jahres-EHA STRA 2022 können beim Gesamtverband Pressegroßhandel angefragt werden.

**ABB. 2: ORGANISATIONSGRAD IM EINZELHANDEL 2022 (ZU 2017)**



**ABB. 3: UMSATZBEDEUTUNG DER GESCHÄFTSARTEN 2022 (ZU 2017)**


© Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.

**ABB. 4: ENTWICKLUNG VMP-SCANNERKASSEN**


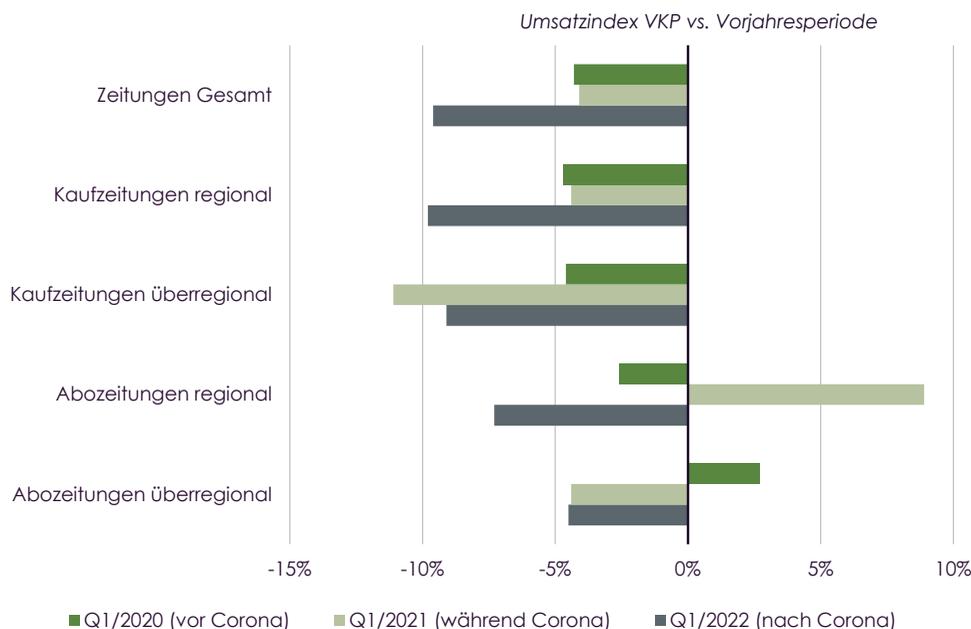
© Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.

# Ausgewählte Beispiele aus Datenanalysen des Verbandes

Das Ressort Marktanalyse des Gesamtverbandes Pressegroßhandel erstellt als Service für die Mitglieder und die Gremienarbeit regelmäßig Datenauswertungen zu spezifischen Praxisthemen. Zwei Beispiele werden im Folgenden dargestellt.

Die zurückliegende Pandemiezeit hatte für einige Objektgruppen des Pressehandels erfreulich positive Effekte. Dazu gehörten insbesondere Politik/Wirtschaft und Jugend/Comics. Auch im Tageszeitungsbereich gab es Gewinner, siehe Abbildung 1. Sowohl vor (Q1/2020), während (Q1/2021) als auch nach Corona (Q1/2022) gab es einen allgemein rückläufigen Umsatztrend bei

**ABB. 1: ENTWICKLUNG TAGESZEITUNGEN IN PANDEMIE**



## ABB. 2: MEHRVERKÄUFE DURCH WELTEREIGNISSE



### Russische Invasion in der Ukraine (Februar 2022)

Panel aus **6 Titeln** aus Politik/Wirtschaft  
Vergleich jeweils 3 Folgen vor/nach Kriegsbeginn

Verkaufsdurchschnitt **+ 10%**



### Tod von Queen Elizabeth II. (September 2022)

Panel aus **8 Titeln** aus Gesellschaft/Unterhaltung  
Vergleich Ereignisausgabe mit Vorausgabe

Verkaufsdurchschnitt **+ 17%**

© Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.

Tageszeitungen, der im Nach-Corona-Jahr 2022 mit -9,6 Prozent zum Vorjahr besonders stark ausfiel. Grund: Der gestiegene Informationsbedarf während der Pandemie hat wieder nachgelassen. Regionale Abozeitungen dagegen konnten mit ihrer höheren Vertrauenswürdigkeit und einem stärkeren Leserinteresse an lokalen Pandemieauswirkungen stark von Corona profitieren. Sie konnten ihren Umsatz als einzige Tageszeitungsgruppe während der Pandemie deutlich steigern (+8,9 Prozent). Auch überregionale Abozeitungen mit ihrer hohen Seriosität nahmen in allen drei Zeiträumen eine bessere Entwicklung als der Durchschnitt. Dies ging auch zu Lasten der Kaufzeitungen.

Dass spezifische Themen immer noch starkes Interesse an gedruckter Presse auslösen können, zeigten zwei Weltereignisse im Jahr 2022, siehe Abbildung 2.

Zum einen sorgte die russische Invasion in der Ukraine im Februar 2022 für ein gesteigertes Interesse an politischen und wirtschaftlichen Titeln. In einem Panel aus sechs verschiedenen Titeln wurden jeweils drei Folgen vor und nach Kriegsbeginn anhand des Verkaufsdurchschnitts verglichen. Es ergab sich eine bemerkenswerte Steigerung um durchschnittlich 10 Prozent. Das weltweit beachtete Ereignis des Todes von Queen Elizabeth II. im September 2022 animierte auch hierzulande die Leser, verstärkt Zeitschriften zu kaufen. Das Panel bestand hier aus acht Gesellschafts- und Unterhaltungstiteln, bei denen die jeweilige Themenfolge mit der Vorausgabe verglichen wurde. Der Verkaufsdurchschnitt steigerte sich um durchschnittlich 17 Prozent.

Die Erkenntnisse aus den Auswertungen des Verbandsresorts fließen in die Vertriebsarbeit der Pressegroßhändler vor Ort ein.

## „ZEITSCHRIFTEN IN DIE SCHULEN“

# Kulturstaatsministerin Claudia Roth übernimmt Schirmherrschaft über Leseförderinitiative

Die Leseförderinitiative „Zeitschriften in die Schulen“ startet mit einer neuen Schirmherrin in das Lesejahr 2022. Die Staatsministerin für Kultur und Medien, Claudia Roth übernahm ab April 2022 die Schirmherrschaft für das gemeinsame Leseförderprojekt der Stiftung Lesen, des Gesamtverbandes Pressegroßhandel e.V. und des MVFP Medienverbandes der freien Presse e.V. Durch die Initiative erhalten bundesweit über 240.000 Schülerinnen und Schüler an weiterführenden und beruflichen Schulen einen Monat lang insgesamt mehr als 600.000 kostenfreie Zeitschriften. Ein Pool aus 38 ausgewählten Nachrichten-, Sport- und Wissensmagazinen, Illustrierten sowie Kinder- und Jugendzeitschriften garantiert Themenvielfalt und Abwechslung. Das Projekt umfasst zudem ein breites Angebot an ausgewählten E-Papern. In Kooperation mit der Plattform United Kiosk werden mehr als 150 Magazine zur Verfügung gestellt.

Ziel von „Zeitschriften in die Schulen“ ist es, Lehrkräfte bei der individuellen Förderung von Lesemotivation sowie Lesekompetenz zu unterstützen. Denn rund ein Fünftel aller Viertklässlerinnen und Viertklässler in Deutschland kann nicht richtig lesen, mehr als ein Viertel der Grundschülerinnen und Grundschüler hat pandemiebedingt größere Probleme im Bereich Textverständnis. „Zeitschriften in die Schulen“ möchte als Unterrichtsangebot vor allem auch lese-schwache Schülerinnen und Schüler zum Lesen motivieren und verhindern, dass die betroffenen Kinder den Anschluss an die Lerninhalte der weiterführenden Schulen verlieren.

Kulturstaatsministerin Claudia Roth

### „Lesekompetenz als Basis demokratischer Teilhabe“

„Lesen öffnet das Tor zu Wissen, Bildung und demokratischer Teilhabe. Nur wer in diesem Sinne lesen kann, wird sich wirkungsvoll in Debatten einbringen können, die Vielfalt der Meinungen als Ausdruck einer freiheitlichen Diskussionskultur begreifen und die Gefahren gezielter Desinformation erkennen. Genau dieses Ziel verfolgt auch das seit Jahren erfolgreiche Projekt ‚Zeitschriften in die Schulen‘. Die Förderung der Lese- und vor allem auch der Nachrichtenkompetenz ist in so bewegten Zeiten, wie wir sie gerade erleben, umso wichtiger. Wir brauchen jetzt meinungsstarke Kinder und Jugendliche, die die grenzenlose Flut an Informationen verantwortungsbewusst zu nutzen wissen.“

Stephan Scherzer, Hauptgeschäftsführer  
MVFP Medienverband der freien Presse e.V.

### „Vielfalt im Klassenzimmer“

„Die Informationsflut unserer modernen Wissensgesellschaft, in der Kinder und Jugendliche groß werden, erfordert ein hohes Maß an Medien- und Textkompetenz. Lesen und verstehen, Zusammenhänge erkennen und Informationen kritisch einordnen, sind zentrale Fähigkeiten, um selbstbestimmt zu leben. ‚Zeitschriften in die Schulen‘ bringt die Medienangebote der Verlage in aller Vielfalt in die Klassenzimmer und unterstützt Schülerinnen und Schüler auf ihrem Weg zu selbstverantwortlichen Bürgerinnen und Bürgern.“

Kai-Christian Albrecht, Hauptgeschäftsführer  
Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.

### „Engagement des Pressegroßhandels für Kinder und Jugendliche“

„Der Pressegroßhandel unterstützt das Projekt ‚Zeitschriften in die Schulen‘ aus voller Überzeugung. Ein frühzeitiger Zugang zu vielfältigen Informationen für Schülerinnen und Schüler bildet die Basis für eigenständiges Denken und persönliche Entwicklung. Gedruckte Magazine begeistern gerade junge Menschen durch ihre spannenden Inhalte und ansprechenden Aufmachungen. Daher sind auch in diesem Jahr wieder alle Pressegroßhändler dabei, wenn es darum geht, die vielen Tausend Exemplare frei Haus an die Schulen zu liefern.“

Sabine Uehlein, Geschäftsführerin  
Programme Stiftung Lesen:

### „Neugier und Spaß am Entdecken wecken“

„Für die Leseförderung von Kindern eignen sich besonders vielfältige und abwechslungsreiche Inhalte, die kurze Texte, Grafiken und Bilder verbinden. Daher sind Zeitschriften ein ideales Medium für die Förderung, insbesondere auch, da sie Neugier und Spaß am Entdecken wecken. Dies wird uns auch jedes Jahr durch die positiven Rückmeldungen der Lehrkräfte und Schulen gespiegelt. Ich danke allen Partnern für ihre Unterstützung und freue mich darauf, mit ‚Zeitschriften in die Schulen‘ weiterhin junge Menschen für das Lesen zu begeistern“, so Sabine Uehlein, Geschäftsführerin Programme der Stiftung Lesen.“



Kulturstaatsministerin  
Claudia Roth

# „Besser geht's nicht“

Wie ein Pressesortiment zum Erlebnis wird und wie Verlage, Grosso und Einzelhandel davon profitieren, dafür steht beispielhaft das mit dem „Bestes Presseregal“-Award ausgezeichnete Rewe-Center in Heppenheim

Seit über 20 Jahren arbeitet Anja Schramm im Rewe-Center in Heppenheim, und irgendwann in dieser Zeit, erzählt Daniel Ludorf bei der GVPG-Jahrestagung, „hat sie sich in die Presseabteilung verliebt“. Wenn sie morgens die Box aufmache „und mir der Duft frisch gedruckter Zeitungen entgegenkommt – ich mag es einfach“, sagt die Mitarbeiterin, die alle nur „Schrammi“ nennen und für ihre gelebte Kundennähe wertschätzen.

Ihre Leidenschaft hat dazu geführt, dass Zeitungen, Zeitschriften und Bücher im SB-Warenhaus eine ganz besondere Rolle spielen – und es die Auszeichnung „Deutschlands bestes Presseregal“ bereits zum zweiten Mal verliehen bekam. „Ich habe so etwas noch nie zuvor gesehen“, berichtete GVPG-Präsident und Jury-Mitglied Frank Nolte über seine Eindrücke beim Besuch in Heppenheim. „Dort wird alles richtig gemacht, besser geht's nicht.“



Daniel Ludorf und Anja Schramm aus dem REWE Center in Heppenheim

Als Beispiel nannte er die Zweitplatzierung von Titeln im Markt. Genau das wünschten sich Verlegerinnen und Verleger: Mit ihren Publikationen im thematisch passenden Umfeld präsentiert zu werden. So gibt's im Rewe-Center nicht nur frische Lebensmittel, sondern auch die begleitende Lektüre, vom Veggie- bis zum Bio-Magazin. In welcher Abteilung sich die Kunden auch bewegen, sie finden stets dazu passende Printmedien.

Die neu positionierte Presse-Abteilung mit ihren mehr als 150 Vollsicht-Titeln über rund 16 laufende Regalmeter ist auf dem

## Sieger „Deutschlands bestes Presseregal 2022“

Sieger in der Kategorie Supermarkt

Edeka Wilger, 46325 Borken

Sieger in der Kategorie Verbrauchermarkt

Frische Center Gerdes e.K., 47445 Moers

Kategorie SB-Warenhaus über 6.000 qm

Rewe Center, 64646 Heppenheim

Kategorie SB-Warenhaus bis 6.000 qm

Globus Handelshof Betriebsstätte Theißen, 067111 Zeitz- OT Theißen

Sieger in der Kategorie Tankstelle

Tankstelle Eidenmüller, 64395 Brensbach



v. li. n. re.: Jörg Jakob, Maria Akhavan, Frank Nolte, Anja Schramm (verdeckt) und Daniel Ludorf bei der Grosso-Jahrestagung

Weg zur Kasse jetzt noch sichtbar. Die Regale wurden erweitert, zudem ein attraktives Kundenleitsystem geschaffen. Will jemand die ausliegende Tageszeitung lesen und könnte ein bisschen Sehhilfe brauchen, haben „Schrammi“ & Co mitgedacht: Lesebrillen hängen griffbereit daneben. Eigens eingerichtete Sitzecken gibt es inzwischen auch für junge Leute, dazu frisches Obst und Blumen als kostenlosen Service sowie vorgerichtete Lektürebestellungen für Stammkunden. Und jeden Monat stellt das Rewe-Team ein spezielles Lesethema in den Mittelpunkt.

Den Wettbewerb „Bestes Presseregal“ richtet die „Rundschau für den Lebensmittelhandel“ federführend aus, der Award wurde nun zum achten Mal vergeben. „Das Presse-Grosso funktioniert sehr gut in Deutschland“, sagt Verlagsleiterin Maria Akhavan. Die rund 70 Bewerbungen und die gekürten Sieger des Jahres 2022 spiegeln die Qualität des Einzelhandels. Ja, Presseartikel seien

Grundlebensmittel, beantwortete sie die Frage von Moderator Jörg Jakob. „Wir sehen, dass Versorgung und Akzeptanz unglaublich groß sind. Die Menschen wollen eine freie Presse, und sie wissen Verfügbarkeit, Meinungsfreiheit, Pluralität sehr zu schätzen“, so Akhavan.

Für Daniel Ludorf steht außer Frage, dass das Pressesortiment im Einzelhandel nicht nur seine Berechtigung hat, sondern ihn auch attraktiver macht. „Wir selbst sind ein Erlebnis- und Manufakturmarkt. Das zieht sich wie ein roter Faden durch das ganze Haus. Die Presseabteilung gehört ganz selbstverständlich dazu.“ Wie wichtig engagierte Fach- und Führungskräfte dabei sind, betonte der Leiter des Rewe-Centers ausdrücklich. „Schrammi“ stehe durch ihre Leistung, Leidenschaft und Nähe zu den Kunden dafür, dass „bei uns Einkaufen zum Erlebnis wird – und die Presse für uns zu einer sehr wichtigen Abteilung geworden ist“.

Deutschlands bester Presseshop 2022:

## Gesamtverband Presse-großhandel gratuliert den vier Gewinnern

Deutschlands bester Presseshop 2022 ist das Offenbacher Schreib- und Papierwarengeschäft von Martina Gerda Strate. Weitere Gewinner sind die Tabakbörse von Christian Kopp in Mossburg und Tabak + Lotto von Petra Schrod in Rodgau-Dudenhofen. Die Tankstelle Mundorf Keppler siegt beim Kreativ-Wettbewerb.

Der Gesamtverband Pressegroßhandel gratuliert allen Gewinnern zu dieser Auszeichnung.

Die Vielzahl der positiven Bewerbungen habe die Auswahl nicht einfach gemacht, erläutert Jurymitglied Axel Muß vom Frankenthaler Pressevertrieb. „Wir gratulieren den vier Gewinnern zum verdienten Sieg und bedanken uns bei allen Bewerbern für die Teilnahme und das hohe Engagement für Zeitungen und Zeitschriften“.

Grosso-Präsident Frank Nolte unterstreicht, dass sich „eine gute Präsentation des Presse-Sortiments auch wirtschaftlich rechnet“. „Das zeigt mir, dass sich unser täglicher Einsatz für die Pressevielfalt und den Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften in Kiosken und Fachgeschäften lohnt“, so Nolte.

Deutschlands bester Presseshop ist eine gemeinsame Aktion von tina, Pressereport und Bauer Starclub. Der Pressegroßhandel unterstützt den Wettbewerb. Frank Nolte und Axel Muß engagieren sich in der Fachjury.

# Ausbildungstag in der Verbandsgeschäftsstelle

**Auszubildende der Grosso-Unternehmen QTRADO in Leverkusen und PDG in Bielefeld besuchten am 5. Dezember 2022 die Kölner Geschäftsstelle des Gesamtverbandes Pressegroßhandel.**

Nach einer Pandemie-bedingten Pause erhielten sechs Auszubildende von QTRADO und vier Auszubildende von PDG einen Einblick in die

Grundlagen des Pressegroßhandels und in die Arbeit der Verbandsgeschäftsstelle an der Schnittstelle zwischen Mitgliedern, Geschäftspartnern und Politik.

Verbandsgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht begrüßte die angehenden Medien- bzw. Großhandelskaufleute im Namen des Teams der Verbandsgeschäftsstelle zu dem ersten gemeinsamen Ausbildungstag

Die Mitarbeiter der Verbandsgeschäftsstelle begrüßten die angehenden Medien bzw. Großhandelskaufleute zu dem ersten gemeinsamen Ausbildungstag



tag. Er ging in seinem Vortrag auf die Grundlagen des bewährten Pressevertriebsystems sowie auf zentrale Aufgaben des Verbandes in den klassischen Verbandsbereichen politische Kommunikation, Recht und Öffentlichkeitsarbeit ein. „Wir arbeiten in einer Branche mit tollen Produkten, reizvollen Projekten und interessanten Menschen, die bei aller Veränderung auch Perspektiven bietet“, erklärte Albrecht.

Es folgten Präsentationen von Geschäftsführer Michael Hoffmann über betriebswirtschaftliche Themen und Referent Elmar Mathews über Marketing. Business Analyst Georg Dohmes gab Einblicke in das Datenmanagement für Pressegroßhändler und Verlage sowie ausgewählte Ergebnisse der EHA STRA 2022. Im Dialog mit dem Grosso-Nachwuchs zeigten sich verschiedene Anknüpfungspunkte für die betriebliche Praxis in den Grosso-Unternehmen – speziell in marktnahen Bereichen.

Die Auszubildenden bedankten sich beim Team der Verbandsgeschäftsstelle: „Vor dem Besuch bei GVPG hätte ich niemals gedacht, dass so

eine Leidenschaft und Engagement für unsere Branche hinter diesem Verband steckt und welche interessanten Projekte und Auswertungen dort durchgeführt werden“, so eine der Auszubildende von QTRADO. Andrea Peitzmeier, Leitung Finanzen/Personal von PDG berichtet: „Unsere Auszubildenden sind sehr beeindruckt von der Arbeit des Gesamtverbandes und haben eine ganz neue Sicht auf den Pressegroßhandel bekommen können. Bewusst wurde allen, dass sie in einer spannenden Branche arbeiten, die Dinge sehr komplex sind und es noch sehr viel zu lernen gibt.“

Thorsten Wolff, Ausbildungsleiter QTRADO, bestätigt: „Wir wollen unseren Auszubildenden eine umfassende Ausbildung über den gesamten Werdegang der Printprodukte bieten. Dazu gehören Praktika bei den uns im Presse-Grosso vorgelagerten Stufen bei Verlagen, genauso wie auch die uns nachgelagerten Stufen im Einzelhandel. Ein Praktikum in der Geschäftsstelle des Verbandes bietet dabei eine wichtige Klammer, um auch die übergreifenden Prozesse darzustellen und Hintergrundwissen zu vermitteln.“

*„Vor dem Besuch bei GVPG hätte ich niemals gedacht, dass so eine Leidenschaft und Engagement für unsere Branche hinter diesem Verband steckt und welche interessanten Projekte und Auswertungen dort durchgeführt werden.“*

Auszubildende von QTRADO

## FUTURUM VERTRIEBSPREIS 2022

# Presse-Grossist Uwe Zeyn für Lebenswerk geehrt



Nach zweijähriger, Pandemiebedingter Pause zeichneten das Fachmagazin DNV – Der Neue Vertrieb und die Akademie des Medienverbands der freien Presse (MVFP Akademie) wieder herausragende und innovative Leistungen im Pressevertrieb aus.

Der Presse-Grossist Uwe Zeyn wurde für sein Lebenswerk ausgezeichnet.

Kay Labinsky Chief Product Officer Popular beim Burda Verlag, der Uwe Zeyn aus vielen Jahren gemeinsamen Arbeitens bestens kennt, sagte in seiner Laudatio: „Uwe Zeyn hat in den vergangenen vier Dekaden ganz

maßgeblich dazu beigetragen, dass wir auch heute noch über ein weltweit einzigartiges Vertriebssystem verfügen.“

Uwe Zeyn beendete zum 1. September 2022 seine Tätigkeit als Geschäftsführer der Grossunion Nord GmbH & Co.KG und der Grossunion Nord Handel- und Dienstleistung GmbH. Der Verlags- und Vertriebsmanager trat nach einer über vier Jahrzehnte währenden Laufbahn in der Medienbranche in den Ruhestand ein. Die Geschäftsführung der Grossunion Nord und ihrer Tochtergesellschaft liegt zukünftig allein bei Robert Herpold.

„Ich bedanke mich bei Uwe Zeyn für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit in den letzten Jahren. Gemeinsam haben wir die Grossunion Nord zu einem schlagkräftigen und robusten Unternehmen fortent-

wickelt. Wir werden den Kollegen vermissen und wünschen ihm für die Zukunft alles Gute“, erklärt Robert Herpold im Namen des Unternehmens und der Gesellschafter.

Uwe Zeyn begann seine Karriere in der Medienbranche bei führenden deutschen Verlagen. 2001 wechselte der erfolgreiche Verlagsmanager in den Pressegroßhandel, zunächst als Geschäftsführer bei VPV Lamich in Rendsburg, später bei Carlsen & Lamich in Kiel, seit 2019 bei der Grossunion Nord in Hannover.

Der FUTURUM Vertriebspreis 2022 in der Kategorie „**Innovation**“ ging an Nils von der Kall, Chief Marketing Officer des Zeitverlags, und Enrique Tarragona, Geschäftsführer von Zeit Online.

Der FUTURUM Vertriebspreis in der neu eingeführten Kategorie „**Young Professionals**“ ging an Marina Ortmeyer und Mareike Voß, Teamleitung und stellvertretende Teamleitung Digital- und Direktmarketing in der Deutschen Medien-Manufaktur.

Der FUTURUM Vertriebspreis 2022 für das „**Lebenswerk**“ ging an Gisbert Komlóssy, Gründer und CEO der Intan Group, und Uwe Zeyn, Geschäftsführer der Grossunion Nord.

OST-GROSSO

# Ehrung der Unternehmer Fred Schumacher und Familie Wahlich

**Der Grosso-Vorsitzende Frank Nolte würdigte im Öffentlichen Teil der Grosso-Jahrestagung 2022 die Verdienste des Kollegen Fred Schumacher und der Familie Wahlich.**

„Unser Dank gilt dem Grosso-Kollegen Fred Schumacher, der sich Ende des Jahres 2022 aus der Branche zurückzieht. Die Geschäfte des Pressevertrieb Potsdam übernimmt das Verlagsgrosso Nord. Zum selben Stichtag übernimmt das Verlagsgrosso Ost die Geschäfte des Cottbusser Pressevertrieb von der Familie Wahlich, wo sich mit Felix Wahlich ein, sogar einige Jahre im Vorstand tätig, stets kollegialer Vertreter unserer Zunft aus der Branche verabschieden wird.

Fred Schumacher ist seit 1990 in der Branche tätig. Nach der Wende ging er gemeinsam mit seinem Kollegen Dr. Ditmar Otto das Wagnis der Selbstständigkeit als Pressegroßhändler ein. Gemeinsam gründeten sie den Pressevertrieb Potsdam und bauten diesen zu einem leistungsstarken Betrieb aus. Früh trat das Unternehmen in den damaligen Grosso-Verband ein und arbeitete zugleich in der APV mit.

Fred Schumacher engagierte sich seit 1995 durchgehend in zahlreichen Verbandsghremien. Fast alle von Ihnen kennen ihn gut aus dieser Zeit. Mir war es ein persönliches Anliegen die Leistungen der genannten Kollegen heute vor diesem Branchenauditorium und nicht nur in der internen Mitgliederversammlung zu würdigen.

Mit Fred Schumacher und den Wahlichs treten einige der letzten aktiven Pioniere des Ost-Grosso von der Bühne ab. Damit endet langsam aber sicher eine kartellrechtlich, medien- und branchenpolitisch einmalige Ära.

Diesen Grosso Ost-Pionieren hat unsere Branche viel zu verdanken. Sie haben sich aus tiefer Überzeugung, aus dem eigenen Erleben der Zwänge einer unfreien Gesellschaft für ein privatwirtschaftliches System entschieden, für Meinungsfreiheit engagiert und mit ganzer Kraft für die Produkte der Verlagspartner eingesetzt. Es war eine sehr spannende über fast drei Dekaden währende Zeit mit anfänglichen Entbehungen,



Bei der Gründungsversammlung des Gesamtverbandes Pressegroßhandel am 22. Mai 2019

oben: Robert und Felix Wahlich mit Kai-C. Albrecht (li.) bei der Unterzeichnung der Gründungsurkunde

unten: Fred Schumacher (Mi) unterzeichnet für den Pressevertrieb Potsdam



Rückschlägen und später großen Erfolgen. Die Ost-Kollegen, ihre Leistungen und die Errungenschaften in dieser Phase bleiben in Erinnerung. Sie werden von Partnern und Wegbegleitern in der Publikation „25 Jahre Ost-Grosso“ unseres Verbandes gewürdigt.“

# Mitgliederversammlung am 27. April 2022 in Köln

## Presse-Grossisten verurteilen russischen Angriffskrieg und beraten über den Umgang mit der Wirtschafts- und Energiekrise

Der Verbandsvorsitzende Frank Nolte ging zur Eröffnung der Mitgliederversammlung des Gesamtverbandes am 27. April 2022 in Köln auf den russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine, die humanitären und wirtschaftlichen Folgen sowie die sich weltweit verstärkenden Einschränkungen der Meinungs- und Pressefreiheit ein. „Für unseren Berufsstand verurteile ich die militärische Aggression des russischen Regimes gegen die Ukraine scharf“, sagte Nolte. Der Pressegroßhandel erkläre sich solidarisch mit den Menschen in und aus der Ukraine. Nolte berichtete über verschiedene Hilfsaktionen von Pressegroßhändlern. Jeder könne helfen – ob als Bürger oder Unternehmer. „Es geht um nicht weniger als um Frieden und Freiheit in Europa und der Welt“, betonte Nolte.

Für Frieden und Freiheit sei die Meinungs- und Pressefreiheit konstituierend. „Die jüngsten Entwicklungen unterstreichen“, so Nolte, „den systemrelevanten Wert unabhängiger Medien und einen freien Zugang zu verlässlichen Informationen. Der

Pressegroßhandel sichert die Pressefreiheit- und Vielfalt in der Fläche.“ Dem Berufsstand sei es ein großes Anliegen, die am Tag der Pressefreiheit am 3. Mai beginnende Woche der Meinungsfreiheit als Partner mitzugestalten. Gerade in unsicheren Zeiten hätten die Menschen ein großes Bedürfnis nach gesicherten Informationen, guten Geschichten, Rat und Unterhaltung. Der Pressegroßhandel stelle attraktive Zeitungs- und Zeitschriftensortimente zusammen und bringe diese über die Handelspartner zu den Menschen.

Vorstandsmitglied Jan Carlsen berichtete über die wirtschaftliche Entwicklung des Pressegroßhandels im ersten Quartal 2022, die durch die aktuelle globale Krise stark eingetrübt sei. In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres habe der Pressegroßhandel rund 10 Prozent weniger Umsatz mit Zeitungen und Zeitschriften erwirtschaftet. Dies sei ein besorgniserregender Zwischenstand. Zumal die Kosten drastisch stiegen.

Die Mitglieder des Gesamtverbandes berieten im Anschluss über die Folgen der durch den Krieg in der Ukraine ausgelösten Wirtschafts- und Energiekrise. Die explodierenden Energiepreise trieben die Kosten der Presselogistik in noch nie dagewesene Dimensionen. Die angekündigte dreimonatige Senkung der Mineralölsteuer werde die Mehrkosten nur teilweise kompensieren. Die Versammlung war sich darin einig, dass der Pressegroßhandel die eingeleitete Diversifikation vorantreiben will. Aus dem Kreis der Mitglieder wurden verschiedene Praxisbeispiele vorgestellt. „Unsere gemeinsame Logistikgesellschaft KOMMT bietet dem Pressegroßhandel interessante Perspektiven“, so Nolte.

Marketing-Referent Elmar Mathews berichtete aus der Arbeit des Fachressorts Marketing. Im Vorjahresvergleich hätten im ersten Quartal 2021 Supermärkte, Großformen und Discounter erfreulicherweise deutlich mehr Presse verkauft, wohingegen Fachmärkte und sonstige Verkaufsstellen Verluste hinnehmen mussten. In Folge des russischen Angriffs auf



**Impulse für die Praxis: Erfahrungs- und Meinungsaustausch ist wichtiger denn je**

die Ukraine, steigender Inflation und nachlassender Kaufkraft ergebe sich aktuell jedoch eine andere Lage. Die Großkundenbetreuer seien gefordert, in den Gesprächen mit den LEH-Zentralen die Entwicklungen zu erläutern und die Partner zu beraten. Es gehe darum, die Flächen für Presse zu halten und bestmöglich zu bewirtschaften. Handelspartner stellten angesichts der allgemeinen Preissteigerungen zunehmend die Frage nach der Preispolitik der Verlage im Hinblick auf die steigende Preissensibilität der Verbraucher. Der Sprecher des Arbeitskreis Großkundenbetreuung Udo Schlaghecken berichtete über aktuelle Gespräche mit Discountern. Mathews erläuterte sodann verschiedene Aktivitäten des Gesamtverbandes, seiner Partner und Mitglieder, um die Prozesse mit dem Einzelhandel weiter zu optimieren und zu standardisieren.

Marktanalysevorstand Andreas Obervoßbeck gab aus Anlass des Ukraine-Krieges Data Insights zur Nachfrage nach Presse im ersten Quartal 2022. Nach Data-Warehouse-Analysen des Fachressorts Marktanalyse erzielten politische Magazine sowie überregionale Tages- und Wochenzeitungen überdurchschnittlich hohe Verkaufszahlen

(VD). Ausgewertet wurden jeweils drei Folgen vor und nach Kriegsausbruch. Während regionale Tageszeitungen im ersten Quartal 2021 wegen ihrer hohen Glaubwürdigkeit zu den lokalen Auswirkungen der Pandemie profitierten, stünden nun in der globalen Krise Presseprodukte mit überregionaler Kompetenz und Glaubwürdigkeit hoch im Kurs. Obervoßbeck präsentierte daran anknüpfend Beispiele für werthaltige Auswertungen für Verlagspartner, die der Verband und seine Servicegesellschaft PGM mit dem Sales Monitor anbieten. Er berichtete abschließend über die Modernisierung der IT-Serverinfrastruktur.

Kai-Christian Albrecht gab in seinem Bericht der Geschäftsführung einen Einblick in die Arbeit des Verbandes im öffentlichen Raum. Der Gesamtverband beteilige sich in diesem Jahr erstmals an der vom Börsenverein initiierten „Woche der Meinungsfreiheit“. Die Initiative stelle vom 3. bis 10. Mai 2022 die Bedeutung der Meinungsfreiheit und

lebendiger Debatten für eine freie, demokratische Gesellschaft in den öffentlichen Fokus. Inhaltliche Basis sei die „Charta der Meinungsfreiheit“. „Der Pressegroßhandel weist mit Aufklebern, Plakaten, Flyern, Banner auf der Verbandswebsite sowie auf MyKiosk.com und durch Aktionen vor Ort auf das Thema hin.“ Er binde rund 20 Tausend Pressefachgeschäfte mit dem Aufkleber „Ort der Meinungsfreiheit“ ein. Der Verbandsgeschäftsführer ging dann auf die nach Ostern gestartete neue Projektphase von „Zeitschriften in die Schulen“ ein. Er freue sich, dass es gelungen sei, Kulturstatsministerin Claudia Roth als Schirmherrin zu gewinnen. In diesem Jahr versorgten die Presse-Grossisten im Aktionszeitraum rund 10 Tausend Klassen an rund 2,3 Tausend Schulen mit jeweils 38 Titeln von 17 Verlagen. Albrecht bedankte sich für das hohe Engagement der Mitglieder, das gerade in diesen Zeiten nicht selbstverständlich sei. Abschließend präsentierte Albrecht den neuen Geschäftsbericht 2021.

Frank Nolte bedankte sich in seinem Schlusswort für den regen Austausch mit und unter den Kolleginnen und Kollegen. Gerade in diesen Zeiten sei der Erfahrungs- und Meinungsaustausch wichtiger denn je. Der Verband biete hierfür die Plattform. Nolte gab einen Ausblick auf die GROSSO-Jahrestagung am 27./28. September 2022 im RMCC in Wiesbaden. Er freue sich darauf, nach der Pandemie-bedingten Pause auch wieder die Verlagspartner und Aussteller begrüßen zu können.

## GROSSO-JAHRESTAGUNG 2022 IN WIESBADEN

# Mit Leidenschaft für den Vertrieb

**Wiesbaden, 27./28. September 2022.** Nach einer Pandemie-bedingten Zwangspause trafen sich die Mitglieder und Partner des Gesamtverbands Pressegroßhandel (GVPG) erstmals wieder live und persönlich zur Jahrestagung in Wiesbaden. Präsident Frank Nolte verband mit dem „Welcome back“ an die rund 230 Teilnehmer ein ermutigendes Fazit. Die Erfahrungen aus der Corona-Zeit hätten gezeigt, dass „unsere Branche stark, flexibel und kreativ ist“.

Während die eine Krise und ihre Folgen noch nicht komplett überwunden sind, hat die Branche durch Ukraine-Krieg, Energieknappheit und Inflation weitere Belastungen zu schultern. Die Konsumzurückhaltung ist bereits spürbar. Der Pressegroßhandel meldet für das erste Halbjahr 2022 gegenüber dem Vorjahreszeitraum rund 13 Prozent weniger Absatz, der Umsatz ist um 11 Prozent gesunken. „Das gab es noch nie“, sagte Nolte. Hinzukommen explodierende Kosten, etwa für Treibstoff und Personal. „Wir haben einen harten Winter vor uns“, so der GVPG-Chef, „und offenbar auch einen heißen Herbst“.

Damit meinte Frank Nolte die zuge-spite Lage bei den Verhandlungen

zwischen Presse-Grosso und Zeitschriftenverlagen über eine neue Branchenvereinbarung. Den kurz vor der Jahrestagung bekannt gewordenen Vorstoß der Verlage Bauer, Bertelsmann, Burda, Funke, Spiegel und Springer beim Kartellamt zur Abstimmung untereinander über neue Vertriebsstrukturen bezeichnete der Verbandsvorsitzende als „einen Frontalangriff auf das Grosso und unser Pressevertriebssystem“. Er kündigte an, sich mit allen, auch juristischen Mitteln zu wehren.

Die Kritik kam bei den auf der Jahrestagung auftretenden Verlagsmanagern an. Torben Sieb, Vertriebsleiter des Spiegel-Verlags, stellte die Frage in den Raum: „Wie sieht ein zukunfts-sicheres Pressevertriebssystem in Deutschland aus?“ Das könnten Verlage und Presse-Grosso nur gemeinsam beantworten. Bianca Pohlmann, Geschäftsführerin Zeitschriften der Funke Mediengruppe, sprach davon, dass eine Erhöhung der Handelsspannen für die Verlage eine zu große Belastung wäre.

Bei aller Verhandlungsdynamik und den deutlich markierten Positionen von Presse-Grosso und Verlagen ermunterte der hessische Finanzminis-

ter Michael Boddenberg dazu, „um einen Interessensausgleich zu ringen“. Denn eine Presseversorgung in der Fläche sei wichtig. Der ländliche Raum dürfe gegenüber den urbanen Zentren nicht benachteiligt werden. Wozu das führen kann, „sehen wir an den politischen Extremen, die auch deshalb in den USA entstanden sind“, so Boddenberg.

Oliver Wurm, den die „Süddeutsche Zeitung“ in einem Beitrag „die lebende Sonderveröffentlichung“ genannt hat, gab einen launig-kritisch vorge-tragenen Einblick in sein Schaffen. Der Journalist und Medienunternehmer bringt immer wieder kreative Publikationen heraus, von Grundgesetz und Gedichten im Zeitschriftenformat bis zu ungewöhnlichen Sportler-Biografien. Wurm denkt bei seinen Produkten den Vertrieb immer mit und hat so manche Erfahrung gemacht. Für sein Sticker-Album „Münster sammelt Münster“ zum Beispiel wurden rund eine Viertel Million Bilder-Tütchen über das Grosso verkauft. „Daran sieht man, was möglich ist.“ Regionalität sei ein Trend im Print-Business, ebenso höherpreisige Publikationen („Für tolle Haptik zahlen Magazin-Liebhaber auch zehn Euro statt sieben“) und

Longread-Produkte wie seine inzwischen ausgebaute „Grundgesetz“-Reihe.

Dass sich Liebe zum Produkt und Leidenschaft für den Vertrieb wirtschaftlich auszahlen, dafür steht beispielhaft der Rewe-Markt im hessischen Heppenheim. Nach 2018 wurde er erneut mit dem Award „Bestes Presseregal“ ausgezeichnet. Die Presse-Abteilung präsentiert über 150 Voll-sicht-Titel, es gibt eigens Sitzecken für junge und erwachsene Leser, monatlich wechselnde Schwerpunkt-Themen, frisches Obst und Blumen. In einer Talkrunde mit Frank Nolte und Maria Akhavan, Verlagsleiterin „Rundschau für den Lebensmittelhandel“, erläuterten Marktleiter Daniel Ludorf und seine fürs Pressesortiment zuständige Mitarbeiterin Anja Schramm, welches Konzept und welche Ideen dahinterstehen.

Moderator Jörg Jakob, im Hauptjob Chefredakteur des „Kicker“, schlüpfte zwischendurch in die Rolle des Referenten und verdeutlichte den Zeitenwechsel des Fußballs anhand eindrucksvoller Fotos, die das Gestern und Heute in sich ähnelnden Motiven erzählen. Das Fußballgeschäft habe „sich dramatisch weiterentwickelt, aber die Form des Balles nicht“. Jakob sieht darin eine Parallele zur Medienwelt: Die Bedingungen ändern sich, doch ihr Kern bleibt erhalten.

Während sich die Tagungsteilnehmer mit den kleinen und großen

Fragen des Pressegroßhandels befassten, spannte Sebastian Reimann den Bogen weiter. Der Chefredakteur der „Deutschen Verkehrs-Zeitung“ sprach über die „Zukunftstrends in der Logistik“. Einer allein in Deutschland rund 300 Milliarden Umsatz-Euro starken Branche, die „fast überall drinsteckt, aber immer dann am besten funktioniert, wenn man überhaupt nicht merkt, dass es sie gibt“, so Reimann. Die Zukunft der Speziallogistik liege nach seiner Ansicht in der Öffnung der Netze für neue Produkte und Services.

---

**Aufmerksames Publikum bei der Grosso-Jahrestagung**



# Verlage und Presse-Grosso- ringen um gemeinsame Lösung

**Branche leidet unter Umsatzrückgang und explodierenden Kosten.  
Ziel ist es, das weltweit vorbildliche Pressesystem zu erhalten.  
230 Teilnehmer kommen zur Grosso-Jahrestagung des  
Gesamtverbands Pressegroßhandel (GVPG) in Wiesbaden.**

Verlage und Pressehandel tragen in diesen Zeiten gemeinsam eine besondere Verantwortung, um eine freie Presse und ein stabiles Pressevertriebssystem zu gewährleisten. Sie sind „gesellschaftlich unverzichtbare Güter“, betonte Frank Nolte zum Auftakt der Grosso-Jahrestagung in Wiesbaden.

Eine große Aufgabe unter erschwerten Bedingungen, wie der Vorsitzende des Gesamtverbands Pressegroßhandel (GVPG) darlegte. So seien der Presse-Absatz und -Umsatz 2022 bislang um mehr als zehn Prozent zurückgegangen. „Das gab es noch nie“, so Nolte. Zugleich haben die Grosso-Betriebe mit explodierenden Kosten zu kämpfen. Die Ausgaben für Treibstoff und teilweise auch für Personal seien deutlich zweistellig gestiegen. Nolte: „Das geht an die Substanz.“

Zum Thema machte Frank Nolte auch die Verhandlungen zwischen Presse-Grosso und Verlagen über eine neue Branchenvereinbarung. Ziel sei es, verbindliche Regelungen für die Zusammenarbeit zu treffen. In der Vergangenheit habe man regelmäßig erhebliche Margenkür-



1. Vorsitzender Frank Nolte: „Freie Presse und ein stabiles Pressevertriebssystem sind gesellschaftlich unverzichtbare Güter.“



„Kicker“-Chefredakteur Jörg Jakob moderierte die Veranstaltung



Bianca Pohlmann, CEO Funke Zeitschriften



Oliver Wurm: „Die Kiosk-Besitzer sind unsere Helden.“

zungen hinnehmen müssen, gleichzeitig seien die Anforderungen an die Leistungen stetig gestiegen. „Das können wir uns schlicht und einfach nicht mehr leisten. Wir müssen als Grossisten ganz klare Kante zeigen“, so der GVPG-Vorsitzende. Einem sogenannten „Cost-plus-Modell“, das sich die Verlage wünschen, „werden wir uns nicht beugen“.

Zumal viele Verlage im Vergleich zum Presse-Grosso bessere Ergebnisse und Renditen sowie dank Digitalisierung ganz andere Chancen hätten. Nolte adressierte deutliche Worte an die Verhandlungsdelegation der Verlage und nannte deren Vorstoß in Richtung des Kartellamts „einen Frontalangriff auf das Grosso und unser Pressevertriebssystem“. Dagegen werde man sich mit allen, auch juristischen Mitteln wehren. Sein Appell: „Stecken Sie nicht das Haus an, in dem wir gemeinsam sitzen. Zündeln Sie nicht an einem funktionierenden System, das allen Verlagen und Titeln offensteht, und das weiterhin weltweit als vorbild-

lich gilt.“ Nolte sagte, das Grosso habe ein Angebot unterbreitet, das Umsatzrückgänge und Kostensteigerungen fair verteilt.

All das im Sinne einer gemeinsamen Anstrengung, dass Print weiterhin ein elementarer Bestand-

teil der Medienvielfalt bleibt. Für eine funktionierende Gesellschaft sei „eine Presseversorgung in der Fläche wichtig, der ländliche Raum darf nicht benachteiligt werden“, betonte der hessische Finanzminister Michael Boddenberg in seinem Grußwort.



Der hessische Finanzminister Michael Boddenberg: „Für eine funktionierende Gesellschaft ist eine Presseversorgung in der Fläche wichtig.“



Sebastian Reiman, Chefredakteur „Deutsche Verkehrszeitung“



Torben Sieb, Vertriebsleiter SPIEGEL-Verlag:  
„Ein funktionierendes Vertriebssystem ist dem Verlag wichtig.“

Mit Blick auf die Verhandlungen zwischen Verlagen und Presse-Grosso hielt er sich mit einer Wertung zurück, betonte aber die Relevanz mittelständischer Strukturen und plädierte für einen „Wettstreit um die besten Ideen“.

Solche präsentierte Oliver Wurm den rund 230 Teilnehmern der Jahrestagung en masse. In einem kurzweiligen Vortrag über Trends im Print-Business zeigte der Journalist und Medienunternehmer, wie kreativ Publishing im Jahr 2022 sein kann. Wurm hat zum Beispiel das Grundgesetz als Magazin und Gedichte im Zeitschriftenformat herausgebracht, regionale Sticker-Alben entwickelt und mehrere Sportpublikationen, zum Beispiel über Fußball-Idol Diego Maradona. „Dafür werde ich oft gelobt, aber vom Markt nicht immer belohnt“, so Wurm. Er wünscht sich noch mehr gemeinsame Ideen und feuerte bei seinem Auftritt die Menschen im

Vertrieb an. „Die Kiosk-Besitzer sind unsere Helden.“ Dass derzeit so viele Verlage mit Sonderheften an die verstorbene Queen erinnern, überrascht Wurm nicht, aber: „Ich hätte Charles gemacht.“

Torben Sieb, Vertriebsleiter des Spiegel-Verlags, berichtete über die bitteren Lektionen nach dem Relotius-Skandal und zurückgewonnenes Vertrauen beim Publikum. 2021 war laut Sieb eines der wirtschaftlich besten Jahre des Verlags. Die Leser-Erlöse, sowohl in Print als auch digital, machen inzwischen zwei Drittel des Gesamtumsatzes

aus. Das wiedererlangte Geschäftsniveau ermögliche nun „umsichtige Verstärkungen für publizistische Ausbauten“. Ein funktionierendes Pressevertriebssystem sei dem Verlag wichtig.

Am Nachmittag schlossen sich Vorträge von „Kicker“-Chefredakteur Jörg Jakob, Bianca Pohlmann, CEO Funke Zeitschriften, sowie ein Talk zum Award „Bester Presseshop“ an (siehe Bericht dazu Seite 28). In der Runde wirkten mit Maria Akhavan, Verlagsleiterin „Rundschau für den Lebensmittelhandel“, Daniel Ludorf, Leiter eines Rewe-Markts in Heppenheim, und seine fürs Pressesortiment zuständige Fachkraft Anja Schramm sowie Frank Nolte, der fürs Presse-Grosso in der Jury sitzt. Zum Abschluss des öffentlichen Teils der Jahrestagung stellte Sebastian Reimann, Chefredakteur „Deutsche Verkehrszeitung“, Zukunftstrends in der Logistik vor.

# Presse-Grosso treibt Standardisierung und Digitalisierung voran

**Mitgliederversammlung Gesamtverband Pressegroßhandel  
am 28. September 2022 im RMCC in Wiesbaden**

Der Verbandsvorsitzende Frank Nolte ging zur Eröffnung der Mitgliederversammlung am 28. September 2022 im RMCC in Wiesbaden auf die extrem schwierigen Rahmenbedingungen für den Pressegroßhandel sowie die Verhandlungen mit der Medienallianz über eine neue Branchenvereinbarung ab März 2023 ein. „Verlage und Presse-Grosso brauchen für die nächsten Jahre klare und verbindliche Regelungen für die Zusammenarbeit, um sich voll auf die Anforderungen des Marktes und den Wandel konzentrieren zu können“, sagte der Verbandsvorsitzende. Er zeigte sich zuversichtlich, dass es wieder gelingen werde, einen Branchenkonsens zu erzielen. Ein „weiter so wie bisher“ könne es jedoch aus Grosso-Sicht angesichts der Verschiebungen der Wertschöp-

fung zu Gunsten der Verlage in der Vergangenheit und der explodierenden Logistik- und Personalkosten nicht geben. Das Presse-Grosso habe stets seine Veränderungsbereitschaft unter Beweis gestellt. Nolte warb dafür, in der Marktbearbeitung weiter „am Ball zu bleiben mit filigraner Sortimentssteuerung, Beratungskompetenz, schlanken Prozessen und gezielter Verkaufsförderung“. Im Vergleich zu vielen anderen Sortimenten biete Presse weiterhin gute Kennzahlen. Ferner freue er sich, dass die gemeinsame Logistikgesellschaft KOMMT inzwischen weitgehend startklar sei. Die Öffnung der Presselogistik sei Teil der Zukunft eines breiter aufgestellten Pressegroßhandels.

Thorsten Mauch berichtete für die Betriebswirtschaftliche Kommission des Verbandes über die wirtschaftliche Entwicklung des Pressegroßhandels. „Das Presse-Grosso hat im ersten Halbjahr 2022 einen zweistelligen Absatz- und Umsatzverlust hinnehmen müssen. Dies geht an die Substanz“, fasste Mauch zusammen. Verbandsgeschäftsführer Michael Hoffmann informierte die Mitglieder darüber, dass die jährliche Stichtagsanpassung abgeschlossen sei. Dr. Martin Raible, Partner bei GLEISS LUTZ Düsseldorf, berichtete über verschiedene Rechtsthemen, darunter die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz angestrebte 11. GWB-Novelle. Die ersten Anhörungen zum Referentenentwurf sollen bereits im Oktober stattfinden, so dass mit einem zügigen Gesetzgebungsprozess zu rechnen sei. Nach Einschätzung des Kartellrechtsexperten betreffen

die vorgesehenen Änderungen den Pressevertrieb nicht unmittelbar. So sei etwa eine Änderung der Pressefusionskontrolle nicht vorgesehen. Der Sprecher des Arbeitskreis Großkundenbetreuung Udo Schlaghecken informierte eingangs über den Ausbau der Zusammenarbeit mit den relevanten Gremien des Medienverbandes der freien Presse (MVFP) in der Pflege der Bestandskunden und Erschließung von Neukunden. Ziel sei es, die jeweiligen Aktivitäten im Rahmen der Funktionsteilung durch mehr Transparenz besser aufeinander abzustimmen. Dies betrifft etwa Aktivitäten der Verkaufsförderung und zur Zukunftssicherung des Pressesortiments. Der Austausch soll durch die Bereitstellung von ausgewählten GKB-Reports und vierteljährlichen Meetings vertieft werden. Schlaghecken stellte sodann Projekte des Presse-Grosso zur Digitalisierung und Standardisierung der Prozesse mit dem Einzelhandel vor. Der Grosso-Verband arbeite mit dem Dienstleister ConceptNet mit Hochdruck an der Entwicklung der Branchen-App „Opti-Press“, die auf der Anwendung „Pressecheck“ von der Kollegenfirma PDG aufbaut. „Unsere Branchenlösung für den Sortiments-Check bietet Investitionsschutz, um technische Kompatibilität, Funktionalität und Nutzungsintensivität im filialisierten

Pressehandel praktisch zu erfahren“, erklärte der GKB-Sprecher. Daneben stünden die Firmen-Apps mit ihrer umfangreichen Funktionalität parallel zur Verfügung. Schlaghecken gab sodann ein Update zur Presse-Offensive, die die REWE gemeinsam mit dem Presse-Grosso und weiteren Partnern durchführt, sowie zum Roll-Out der Initiative „Gutschein-clearing 2022“, an der sich nach dem Pilotanwender REWE nunmehr auch Wolsdorff Tobacco angeschlossen hat; konkretes Interesse hat zudem die EDEKA-Gruppe bekundet. In Bezug auf die Neukundenerschließung stünden im Herbst 2022 bei

dem Drogeriefilialisten MÜLLER und KNUSPR Praxistestes in jeweils zwei Regionen an. Bei NORMA sei weiterhin die Entscheidung für einen Roll-Out offen.

Fachvorstand Andreas Obervoßbeck gab exemplarisch Insights über Auswertungen des Presse-Datwarehouse zu aktuellen Marktentwicklungen. Das Datenmanagement des Verbandes liefere auch für die Unternehmen wertvolle Informationen über den Pressemarkt und die tägliche Praxis. „Das Ressort Marktanalyse arbeitet stetig daran, die zentrale Branchen-



datenbank sowie die Qualität der Daten und Auswertungen fortzuentwickeln. Ein aktuelles Projekt ist die Visualisierung der Verbandsreports durch Dashboards“, so Obervoßbeck. Ziel der Visualisierung sei es, dass Anwender größere Daten-Tabellen besser auswerten und Vergleiche herstellen können. Obervoßbeck gab zudem einen Ausblick auf die laufende Erhebung der Jahres-EHASTRA 2022. Die Veröffentlichung der Ergebnisse der Vollerhebung sei bis Ende des Kalenderjahres geplant.

**Zeitgemäße Lösungen für die Anforderungen des Marktes standen im thematischen Mittelpunkt der Mitgliederversammlung**



Der Verbandsgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht informierte über den Stand der politischen Initiative für eine Presseförderung. Das federführende Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz erwartet hierfür im Herbst die Ergebnisse eines in Auftrag gegebenen Gutachtens zur Erforderlichkeit und Möglichkeit einer Bundesförderung der Pressewirtschaft. „Aus Sicht des Pressegroßhandels zählt das Grosso-Vertriebssystem zur systemrelevanten Infrastruktur“, machte Albrecht deutlich. Der Verbandsgeschäftsführer warf zudem einen Blick auf die Terminplanung des Grosso-Verbandes bis zum Frühjahr 2023. Die nächste ordentliche Mitgliederversammlung ist am 25./26. April 2023 im KOMED in Köln geplant.

Die Mitgliederversammlung stimmte anschließend einer Satzungsänderung zu. Die neuen Regelungen ermöglichen es dem Verband auch in Zukunft, Versammlungen in Präsenz, digital oder hybrid rechtssicher abzuhalten. Eine entsprechende gesetzliche Übergangsregelung im Kontext der Corona-Pandemie war Ende August 2022 ausgelaufen. Frank Nolte dankte abschließend allen Kolleginnen und Kollegen sowie der Verbandsgeschäftsstelle für eine aus seiner Sicht gelungene Präsenzveranstaltung.

## GROSSO-TREFF 2022 - VILLA IM TAL



Freuen sich auf einen schönen Abend: 1. Vorsitzender Frank Nolte und Petra Neugebauer (Villa im Tal)



BVPG-Ehrenvorsitzender Dr. Eberhard Nolte (li.) in angeregtem Gespräch mit André Jost (Jost)



(v. li. n. re.) Elmar Mathews (GVPG), Silke Lauterbach (Mercura Mietke), Uwe Seitz (QTRADO) und Frank Mietke (Mercura Mietke)



(v. li. n. re.) Axel Muß, Katharina Horsch-Littig (beide Frankenthaler PV), Dr. Tobias Fredebeul-Krein und Wolfgang Deichert (beide FAZ)



„Das Buffet ist eröffnet!“ – Frank Nolte zeigt den Gästen den Weg



Sorgen für das leibliche Wohl: Die „guten Geister“ der Villa im Tal



Entspannung beim Tischkicker: Udo Schlaghecken (PVG) und Annette Kluth (MVR)



Nutzen die Gelegenheit zum Gespräch: Vincent Nolte (2. Vorsitzender GVPG), Dr. Volker Breid (FAZ), Philipp Woermann (Consulting & Interim-Manager) und Jörg Howaldt (PS Nord)



Anstoßen auf einen gelungenen Abend: Martin Schuster, Markus Medritzky, Bernd Vestner (alle NPV) und Markus Petersam (Signodef) (v. li. n. re.)



v. li. n. re.: Verleger Kai Rose (Klambt), Felix Wahlich (Cottbusser PV) und Ulrich Stemmler (QTRADO)



Gute Stimmung bei Mario Lauer (Süddt. Ztg.), Kai-C. Albrecht (GVPG), Dr. Halil Dölek (Demirören Media Int.) und Werner Hirschberger (MZV) (v. li. n. re.)



Bester Dinge: Miran Bilic (Harper Collins,) Stefan Schmerkötter (PDG) und Dr. Ingo Tenberg (QTRADO) (v. li. n. re.)



Ein Ort zum Wohlfühlen: Die Villa im Tal in Wiesbaden



## 75 Jahre DER SPIEGEL

„Die Medienlandschaft hat in den vergangenen beiden Jahrzehnten einen tiefgreifenden Wandel erlebt.“ Das Nachrichtenmagazin DER SPIEGEL fühlt sich damals wie heute dem unabhängigen Journalismus verschrieben.

Der SPIEGEL bedankte sich mit einer kleinen Geburtstagsfeier bei den Grossisten für ihren Einsatz und ihre Verbundenheit, indem er den Business Lunch der Jahrestagung 2022 sponsorte.



## Fachaussteller

Begleitend zum Jahreskongress des Gesamtverbandes Pressegroßhandel wurden auf der Fachausstellung wieder neue Produkte, Dienstleistungen und Systeme für den Vertrieb und die Vermarktung von Presse präsentiert.

Folgende Firmen waren 2022 vertreten:

### Conceptnet

Linzer Straße 13, 93055 Regensburg

Tel.: 0941 / 208208-0

[www.conceptnet.de](http://www.conceptnet.de)

Ansprechpartner: Christian Meier, Roland Wurm, Marius Schuller

Dienstleistung: EDI-Lösungen, Web-Lösungen, Shops, Websites, Grosso-Branchenlösung

### Gold Key Media

Heinrich-Fuchs-Straße 96, 69126 Heidelberg

Tel.: 06221 / 339390

[www.goldkeymedia.de](http://www.goldkeymedia.de)

Ansprechpartnerin: Erika Mayr

Dienstleistung: Sondervertrieb, Vertriebsmarketing Printmedien

### HS News Systems GmbH

Bahnhofstr. 200, 04451 Borsdorf

Tel.: 034291 / 335730

[www.hsnews.no](http://www.hsnews.no)

Ansprechpartner: Reidar Kylstad

Dienstleistung: automatische Intralogistiksysteme

### Impuls Ladenbau GmbH

Hans-Böckler-Straße 2, 47877 Willich

Tel.: 02154 / 605120

[www.impuls-ladenbau.de](http://www.impuls-ladenbau.de)

Ansprechpartner: Mario Hahnefeld

Dienstleistung: Europaweiter Spezialist für für Warenträger und Ladenbau.



#### Moving Intelligence GmbH

Gubener Straße. 47, 10243 Berlin

Tel.: 030 / 762390000

[www.movingintelligence.de](http://www.movingintelligence.de)

Ansprechpartner: Bert Fröstel

Dienstleistung: GPS-Flottenmanagement,  
Tourenplanung, Tachographen fernauslesen,  
Fahrzeug-Security

#### Presse-Fachverlag

Nebendahlstr. 16, 22041 Hamburg,

Tel.: 040 / 6090090

[www.presse-fachverlag.de](http://www.presse-fachverlag.de)

Ansprechpartner: Frau Mevlüde Yüce

Dienstleistung: Vertrieb, Verkauf, Marketing

#### Seeburger AG

Edisonstr. 1, 75015 Bretten,

Tel.: 07252 / 961150

[www.seeburger.de](http://www.seeburger.de)

Ansprechpartner: Reinhard Pawelzik

Dienstleistung: Softwareunternehmen

#### Signode Packaging Systems GmbH / Business

Unit SMB Schwede Maschinenbau

Markgrafenstraße 2, 95497 Goldkronach,

[www.smb.biz](http://www.smb.biz)

Ansprechpartner: Markus Petersam

Dienstleistung: SMB Umreifungsmaschinen und  
Anlagen

#### SKM

Parsickstraße 39, 47441 Moers

Tel.: 02841 / 94295-26

[www.skm-moers.com](http://www.skm-moers.com)

Ansprechpartner: Michael Oeinck,  
Andreas Stommel

Dienstleistung: Verkaufsförderung

#### TWI

Industriestraße 6, 76189 Karlsruhe

Tel.: 0721 / 950770

[www.twi-germany.com](http://www.twi-germany.com)

Ansprechpartner: Wibke Eberhard, Nils Buck,  
[rudeck@twi-germany.com](mailto:rudeck@twi-germany.com)

Dienstleistung: Kommissionier- und Remissi-  
onstechnik

## SAVE THE DATE

**Grosso-Jahrestagung  
2023**

### **Nächste Grosso-Jahrestagung am 12./13. September 2023 in Wiesbaden**

Die Grosso-Jahrestagung 2023 findet am 12./13. September statt. Die Pressegroßhändler und ihre Partner kommen zum vierten Mal in der hessischen Landeshauptstadt Wiesbaden im RheinMain CongressCentrum (RMCC) zusammen. Der öffentliche Teil mit Abendveranstaltung ist am 12. September 2023 vorgesehen. Am 13. September 2023 ist eine Mitgliederversammlung geplant.

„Nach Auswertung unserer diesjährigen Tagung gaben die positiven Rückmeldungen zu den Inhalten und zum Rahmen den Ausschlag, auch 2023 eine Veranstaltung im bewährten Format anzubieten“, erklärt der Verbandsvorsitzende Frank Nolte. Die Gespräche im Verlauf des Tages und auf der gemeinsamen Abendveranstaltung hätten gezeigt, dass der persönliche Austausch in diesen bewegten Zeiten wichtiger denn je ist.

„Wir freuen uns auf ein Wiedersehen mit Kollegen, Verlags- und Handelspartnern sowie Ausstellern im Herbst 2023“, so Nolte.

# Verbandsgeschäftsstelle



## Dienstjubiläum

Beate Wurst beging im Jahr 2022 ihr 25jähriges Dienstjubiläum. Die Rheinländerin fand am 1. August 1997 ihren Weg in die Kölner Verbandsgeschäftsstelle, wo sie als Büroleiterin für einen reibungslosen Büroablauf sorgt. Im Laufe der Jahre übernahm Frau Wurst weitere Verantwortung etwa für die Organisation der zahlreichen Verbandstagungen oder bei der Unterstützung der Geschäftsleitung in der Öffentlichkeitsarbeit.

Frau Wurst hat Englisch und Kunst auf Lehramt studiert. Vor ihrer Tätigkeit beim Presse-Grosso arbeitete sie 12 Jahre im internationalen Schüleraustausch. „Ich danke Frau Wurst für die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit sowie hohe Loyalität in all‘ den Jahren. Die Arbeit der Geschäftsstelle hat sich stetig fortentwickelt. Dazu hat Frau Wurst einen gehörigen Anteil geleistet. Ihre Kompetenz, kommunikative und freundliche Art wissen wir sehr zu schätzen“, erklärt Verbandsgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht zum Jubiläum.



# Medienarbeit und Publikationen

Im Berichtszeitraum hat der Gesamtverband Pressegroßhandel zahlreiche Publikationen, Pressemitteilungen und Grußworte herausgegeben oder an deren Veröffentlichung mitgewirkt. Die nachfolgend aufgeführte Auswahl zeigt das Spektrum der Kommunikationsarbeit des Verbandes:

- GROSSO INTERN, wöchentlicher Informationsdienst für Entscheider in Grosso-Unternehmen, Verlagen und Nationalvertrieben sowie für Dienstleister im Bereich Pressevertrieb, Nr. 1 bis 51/2022
- PRESSE-GROSSO JAHRESCHRONIK 2022
- GESCHÄFTSBERICHT 2021 des Bundesverbandes Presse-Grosso
- Markenlehrbrief Pressesortiment (Zusammenarbeit GVPG und LZ)



## Grosso-Verband legt LZ-Markenlehrbrief zum Pressesortiment neu auf

Wichtige Informationen zum Pressesortiment kompakt aufbereitet

In Zusammenarbeit mit dem Gesamtverband Pressegroßhandel ist im Jahr 2022 in der von der Lebensmittel Zeitung verlegten Reihe LZ direkt die 6., aktualisierte Auflage des Markenlehrbriefs für das Pressesortiment erschienen. Der Markenlehrbrief ist Teil der Materialien zur Information und Fortbildung des Personals im Einzelhandel über das Pressesortiment. Handel und Berufsschulen rufen die Publikation ganzjährig für ihre neuen Ausbildungsjahrgänge ab. Die Neuauflage umfasst 10.000 Exemplare.

Der Markenlehrbrief vermittelt auf kurzem Weg das Wichtigste zum Thema Pressesortiment, zu den entsprechenden Produkten im Handel sowie dem verkaufsfördernden Umgang mit ihnen. Die Broschüre ist in die Kapitel Marktdaten zum renditestarken Sortiment, Warenwissen, POS-Praxis und Anhang mit Ansprechpartnern, Erläuterung von Fachbegriffen sowie Testfragen gegliedert.

„Presse bringt Profit. Zeitungen und Zeitschriften liefern immer wieder neue Verkaufsimpulse. Die Presse-Grossisten garantieren gemeinsam mit ihren Partnern im Einzelhandel Pressevielfalt und Pressefreiheit an der Ladentheke“, so das Fazit des Markenlehrbriefs.

## Geschäftsbericht 2021

„Zwei von drei Deutschen kaufen Presse“ –  
Grosso-Verband veröffentlichte Geschäftsbericht 2021

Auf über 60 Seiten präsentierte der Gesamtverband Pressegroßhandel in seinem Geschäftsbericht die Highlights, Innovationen, Aktivitäten und Corona-bedingten Anforderungen im Pressegroßhandel aus dem Jahr 2021.

Der Geschäftsbericht informiert über die aktuellen Entwicklungen aus den Bereichen Medienpolitik, Vertriebsmärkte, Marktanalyse, Marketing und Engagement, die im Berichtszeitraum besonders von den anhaltenden Herausforderungen und Veränderungen durch die Ausbreitung des COVID-19-Virus geprägt waren.

„Dem Pressegroßhandel ist es allen Widrigkeiten zum Trotz gelungen, attraktive Presse-Sortimente in der Fläche verfügbar zu halten und den volatilen Käuferströmen zu folgen“, erklärte Verbandsgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht. Gerade in unsicheren Zeiten haben die Menschen ein großes Bedürfnis an gesicherten Informationen, guten Geschichten, Rat und Unterhaltung. „Zwei von drei Deutschen kaufen Presse“, wie eine im Herbst 2021 veröffentlichte Käufermarktstudie des Zeitschriftenverlegerverbandes und des Gesamtverbandes Pressegroßhandel belegt.

Berichte über den Einsatz der Pressegrossisten in den Flutgebieten im Sommer 2021, Verkaufsförderungsaktionen am POS und neue Analyse-Cluster sowie Informationen über die Kultur- und Medienpolitik der neuen Bundesregierung und „Facts und Figures“ runden den Geschäftsbericht ab.



# Presse-Grosso in Zahlen 2022

**Branchenumsatz zu Abgabepreisen  
an den Einzelhandel:** 1.569 Mio. Euro  
-7,00%

davon Presse 1.512 Mio. Euro  
-8,30%

**Branchenabsatz in verkauften  
Exemplaren:** 1.005 Mio. Expl.  
-11,21%

davon Presse: 974 Mio. Expl.  
-12,40%

## Pro Grosso-Firma durchschnittlicher(r)

Umsatz: 83 Mio. Euro  
Verkaufsstellen: 4.514  
Einwohnerzahl: 4,4 Mio.  
Fläche: 18.800 qkm

**Anzahl Grosso Firmen<sup>1</sup>:** 19  
Zahl der Grosso- und Filialgebiete: 48

**Anzahl beliefeter Verkaufsstellen:** 85.768

**Einzelhändler je 1.000 Einwohner:** 1,02

**Wochenumsatz je Verkaufsstelle<sup>2</sup>:** 470 €

**Jahresumsatz pro Einwohner<sup>2</sup>:** 24,97 €

**Ordersortiment:** ca. 6.000  
Präsensortiment: ca. 1.850

<sup>1</sup> Stand 31.12.2022

<sup>2</sup> zu Endverkaufspreisen

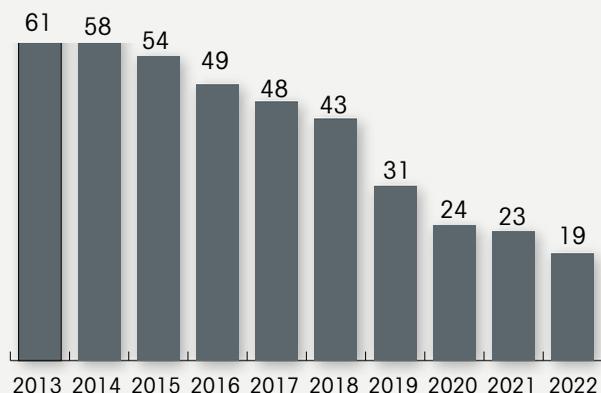
# Wirtschaftliche Entwicklung

Für den Pressegroßhandel in Deutschland war das Jahr 2022 eines der wirtschaftlich schwierigsten in seiner Geschichte. Neben dem rückläufigen Markt für Printprodukte war die Branche massiv von steigenden Treibstoffkosten seit Ausbruch des Ukraine-Krieges Ende Februar 2022 betroffen. Die rapide gestiegenen Treibstoffkosten trafen den Pressegroßhandel in seinem Markt. So ist die tägliche Belieferung von bundesweit 86.000 Verkaufsstellen mit Zeitungen und Zeitschriften eine der tragenden Säulen des deutschen Pressevertriebssystems. Jede Nacht, von Montag bis Sonntag, werden die Presse-Verkaufsstellen vom Pressegroßhandel mit der tagesaktuellen Presse beliefert und dies unabhängig davon, ob es sich um Verkaufsstellen in städtischen Ballungsgebieten oder in eher abgelegenen Landgebieten handelt. Dementsprechend kann der Pressegroßhandel auf Treibstoffkostensteigerungen nur sehr bedingt mit Tourenoptimie-

rungen oder Toureneinsparungen reagieren. Gleichzeitig wurden die Pressegroßhandelsbetriebe in 2022 sowohl im gewerblichen Bereich als auch in der Logistik unmittelbar durch die Anhebung des Mindestlohns wirtschaftlich belastet. In der Folge hat sich der Konsolidierungsprozess im Presse-Großhandel weiter fortgesetzt. Während es Anfang der 1990er-Jahre in Deutschland noch über 90 Pressegroßhändler gab, waren es Ende 2022 nur noch 19 Firmen. Allein im Jahr 2022 sind weitere vier Großhandelsfirmen fusioniert. Darüber hinaus wurden im Rahmen von Umstrukturierungen zusätzlich zwei Filialbetriebe aufgelöst.

Neben den massiven Kostensteigerungen sah sich der Pressegroßhandel gleichzeitig mit einem deutlichen Rückgang in seinem Kerngeschäft Presse konfrontiert. Ursache war neben dem Nachfragerückgang durch ein geändertes Mediennutzungsverhalten vor allem die allgemeine Konsumzurückhaltung aufgrund der Preissteigerungen

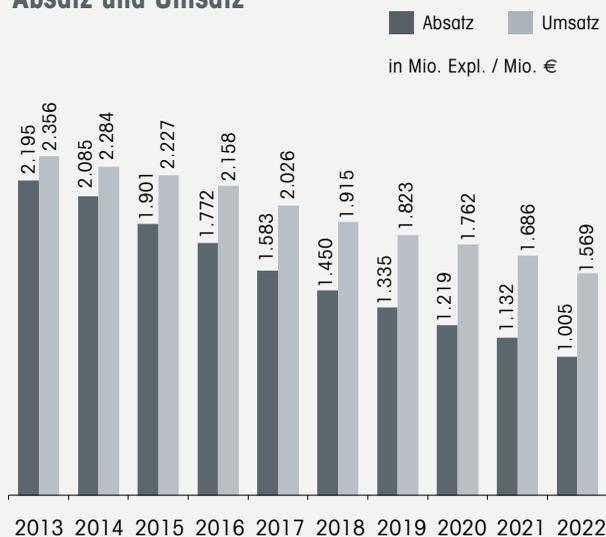
**Anzahl Grossisten 2013-2022**



**Anzahl Grossisten nach Umsatzgrößenklassen 2022**

Umsatzgrößenklasse	Gesamt
bis 50 Mio.	5
von 50 bis 100 Mio. €	8
von 100 bis 150 Mio. €	4
über 150 Mio. €	2
<b>Summe</b>	<b>19</b>

## Absatz und Umsatz



in Folge des Ukraine-Krieges. Viele Verlage reagierten auf ihre gestiegenen Herstellungskosten gleichermaßen mit Preisanhebungen bei ihren Zeitungen und Zeitschriften, so dass der Absatzrückgang im Groß- und Einzelhandel nicht vollständig auf die Umsatzentwicklung durchschlug.

Insgesamt sank der Branchenumsatz im Pressegroßhandel in 2022 von 1.686 Millionen auf 1.569 Millionen Euro. Dies entspricht einem Rückgang von 117 Millionen Euro bzw. -7,0 Prozent. Im Kerngeschäft Presse verringerte sich der Umsatz um 137 Millionen auf 1.512 Millionen Euro (- 8,3 Prozent). Im Bereich der pressenahen Produkte konnte der Pressegroßhandel in 2002 von der Fußball-Weltmeisterschaft profitieren, wobei jedoch nicht an die wirtschaftlichen Erfolge bei früheren Europa- oder Weltmeisterschaften anknüpft werden konnte.

Der Gesamtabsatz über den Pressegroßhandel sank im Betrachtungszeitraum um 127 Millionen Exemplare von 1.132 Millionen auf 1.005 Millionen Exemplare (-11,2 Prozent). Auf das Kerngeschäft Presse, dem Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften, entfiel dabei ein Verkauf von 974 Millionen Exemplare, was einem Rückgang von 138 Millionen bzw. -12,4 Prozent entspricht.

Während in den Vorjahren unterschiedliche Marktentwicklungen im Bereich der Zeitungen und Zeitschriften zu beobachten waren, verlief die Entwicklung in 2022 nahezu parallel. In Folge des Absatzrückgangs stiegen die durchschnittlichen Remissionsquoten von Zeitungen und Zeitschriften in 2022 wieder leicht an. So betrug die stückmäßige Remissionsquote 46 Prozent und die wertmäßige Remissionsquote 53 Prozent. Von den allgemeinen Absatzrückgängen war das mit einem Umsatzanteil von 15% zweitstärkste Zeitschriftensegment der Programmzeitschriften deutlich weniger stark als andere Zeitschriftenbereiche betroffen. Das gleiche gilt für den Bereich der Roman- und Rätselhefte. Deutliche Rückgänge mussten hingegen die Segmente Computer und Multimedia/Technik sowie Familien- und Tierzeitschriften hinnehmen.

# Chronik 2022

## Januar

---

- MdB Katrin Budde (SPD) übernimmt die Leitung des Bundestagsausschusses für Kultur und Medien
- Start des Lobbyregisters des Deutschen Bundestages
- Wechsel in der Großkundenbetreuung: Olaf Schneider übergibt Mandate an Dr. Ingo Tenberg (beide QTRADO)
- Konsumgütermessen im Januar und Februar fallen aus
- Joint Venture-Vorhaben im Pressevertrieb: QTRADO beteiligt sich an Nationalvertrieb Press Impact
- Martin Schuster zum weiteren NPV-Geschäftsführer berufen
- Bahnhofsbuchhandel: WHSmith eröffnet Buchhandlungen am Köln/Bonner Flughafen
- Grosso-Verband veröffentlicht Absatz-/Umsatzzahlen 2021: Branchenabsatz geht um sieben Prozent zurück
- City-Marketing: NRW vereinfacht Supermarktansiedelung und -Bau
- Grosso-Fusion im Norden: Aus Verlagsgrosso Nord, Buch- und Presse-Großvertrieb Hamburg und Pressevertrieb Nord wird Verlagsgrosso Nord

## Februar

---

- Prognose für 2022: Handel hofft bei rascher Entschärfung der Corona-Lage auf Umsatzplus von 3 Prozent
- GVPG legt neue Grosso-Gebietskarte auf
- Außendienst: Vertrieb im LEH wird nach Pandemie nicht hybrid
- Buchhandel: Leipziger Buchmesse wird erneut abgesagt
- Zeitungen: BDZV und Gewerkschaften einigen sich auf neuen Gehaltstarifvertrag
- Corona-Pandemie: Bund und Länder vereinbaren Dreischritt der Öffnungen
- Beginn der Verhandlungen zwischen Grosso-Verband (BVPG) und Medienallianz (G13) über eine neue Branchenvereinbarung für den Zeitschriftenvertrieb ab März 2023
- Marktanalyse: Referent Sebastian Metzmacher verlässt GVPG-Verbandsgeschäftsstelle – Georg Dohmes (Business Analyst) und Elmar Mathews (Referent Marketing) übernehmen
- Logistik: Unternehmen rechnen mit länger anhaltenden Lieferproblemen
- 24. Februar: Der russische Präsident Wladimir Putin befiehlt den Angriff auf die Ukraine mit weitreichenden Folgen für die Zivilgesellschaft, Weltwirtschaft und Energieversorgung, auch in Europa und Deutschland explodierende die Preise für Energie und Wirtschaftsgüter

## März

---

- Presse-Grosso setzt trotz Pandemie Qualitätsoffensive zur Stärkung des Pressefachhandels fort
- Digitalisierung: VDZ und GVPG führen Branchenlösung für Presse Gutscheine im LEH ein
- Jugendschutz: Bonner Behörde veröffentlicht Statistik 2021 – Über Tausend Verfahren mit 511 Erst- und Folgeindizierungen von Werken
- Spritpreiserhöhungen treffen das Presse-Grosso
- Arbeitskreis Zeitungen und Zeitschriftenverkauf (AZZV) tagt in Berlin: Aktuelle Trends und Herausforderungen im Pressevertrieb im Fokus, Gastvortrag zum Thema Quick-Commerce

## April

---

- Verbandsreform: VDZ wird zum Medienverband der freien Presse (MVFP)
- NPV-Geschäftsführer Wurm geht in den Ruhestand
- Deutschlands bester Presseshop 2022: Grosso-Verband gratuliert den vier Gewinnern
- Markus Medritzky (NPV) wird in den GVPG-Arbeitskreis Großkundenbetreuung berufen
- Einzelhandel: Inflation senkt Kauflaune deutlich
- Jost beruft Jürgen Sauter in die Geschäftsleitung
- Mitgliederversammlung GVPG: Pressegroßhandel verurteilt Angriffskrieg gegen Ukraine und Bedrohung der Menschenrechte
- GVPG-Verbandsvorstand Frank Nolte: „Explodierende Energiepreise treiben Kosten der Presselogs in die Höhe“
- Grosso-Verband veröffentlicht Geschäftsbericht 2021
- Bahnhofsbuchhandel: BB-Vorstand im Amt bestätigt
- GVPG lädt zu einem „Runden Tisch Digitalisierung“ ein

## Mai

---

- Pressegroßhandel beteiligt sich an der „Woche der Meinungsfreiheit“ vom 3. bis 10. Mai 2022
- „Zeitschriften in die Schulen“: Kulturstatsministerin Claudia Roth übernimmt Schirmherrschaft über Leseförderinitiative von Presse-Grosso, MVFP und Stiftung Lesen
- Presseumsatz bleibt im 1. Quartal 2022 deutlich hinter dem Vorjahres-Quartal zurück
- Krieg in der Ukraine bremst das Wachstum des Handels deutlich
- Versorgungssicherheit: LEH ist in Gasnotlage privilegiert
- Corona-Arbeitsschutzverordnung endet
- Presse-Grossisten beraten über den Umgang mit der Energiekrise
- Task Force COVID 19 von GVPG und MVFP tauscht sich über aktuelle Lage aus

## Juni

---

- Zeitungskongress: Bundeskanzler im Dialog mit Lokalzeitungen: Demokratie braucht unabhängige Presse, Unterstützung für Presseförderung
- Einzelhandelsumsatz im April 2022 um 5,4 Prozent niedriger als im Vormonat
- Papierindustrie: Drosselung der Erdgasversorgung oder Versorgungsstopp würde die Papierproduktion in Deutschland beeinträchtigen.
- HDE-Konsummonitor Preise: Teurere Lebensmittel verändern Verbraucherverhalten spürbar
- AGRAPA: Verwertungsquote von grafischen Papieren steigt auf über 93 Prozent
- VZBV und Handel fordern Gaspreisdeckel – 7-Punkte-Plan zur Bewältigung der Energiepreiskrise
- CORONA: Pandemiebedingte Sonderregelungen enden
- Grosso-Verband (BVPG) startet Zukunftswerkstatt

## Juli

---

- Ingo Klinge, CEO Bauer Media Group: „Der Transformationsdruck ist deutlich gestiegen“
- GVPG gibt Rahmenprogramm für die Grosso-Jahrestagung am 27. September in Wiesbaden bekannt, u.a. mit Staatsminister Michael Boddenberg und Funke CEO-Zeitschriften Bianca Pohlmann
- Einzelhandelsumsatz sinkt im Gesamtjahr 2022 um zwei Prozent
- Olaf Schneider (QTRADO) geht in den Ruhestand – Dr. Ingo Tenberg übernimmt
- Mindestlohn steigt auf € 10,45
- Paid-Nutzung regionaler Tageszeitungen im Web nimmt deutlich zu
- GfK-Konsumklima - Stimmung sinkt weiter
- Deutsche Industrie meldet Produktionsplus bei graphischen Papieren

## August

---

- Presse-Grosso im Westen beteiligt sich an Tag der Trinkhallen am 6. August 2022
- Bund fördert Projekte zur strukturellen Stärkung des Journalismus – Förderung von zehn Projekten mit rund 2,3 Millionen Euro
- Start Joint Venture im Pressevertrieb: QTRADO beteiligt sich an Press Impact
- Änderungen in Österreichs Buchpreisbindung: Mindestpreis wird brutto ausgewiesen
- Logistik: Straßengütertransporte so teuer wie nie
- Fachkräftemangel: Auszubildende dringend gesucht
- Vorschau FUTURUM Vertriebspreis 2022: Presse-Grossist Uwe Zeyn unter den Preisträgern
- DHL erhöht Preise für Geschäftskunden
- Grosso-Verband legt LZ-Markenlehrbrief zum Pressesortiment neu auf

## September

---

- Grosso-Jahrestagung: Grosso-Partner präsentieren neue Produkte, Dienstleistungen und Systeme für den Vertrieb und die Vermarktung von Presse
- Neue Corona-Schutzmaßnahmen von 1. Oktober 2022 bis 7. April 2023 beschlossen
- Futurum Vertriebspreis: Respekt und Anerkennung für ausgezeichnete Leistungen im Pressevertrieb
- BDZV-Kongress 2022: Scheidender Präsident Mathias Döpfner zur Situation und Zukunft der Zeitungsbranche
- Umweltbundesamt: LEH soll noch nachhaltiger werden
- Grosso-Jahrestagung 2022: Mit Leidenschaft für den Vertrieb
- Grosso-Präsident Frank Nolte: „Die Erfahrungen aus der Corona-Zeit haben gezeigt, dass unsere Branche stark, flexibel und kreativ ist“
- Michael Boddenberg, Hessischer Minister der Finanzen: „Eine Presseversorgung in der Fläche ist wichtig“
- Initiative „Zeitschriften in die Schulen“ startet in die nächste Anmeldeperiode
- GVPG-Pressestatement: „Verlage und Presse-Grosso ringen um gemeinsame Lösung“

## Oktober

---

- Logistik: KOMMT Overnight und Zamdo gehen strategische Logistik-Partnerschaft ein
- Nachlese Grosso-Jahrestagung: Frank Nolte dankt „insbesondere dem SPIEGEL-Verlag für die Einladung zum Business-Lunch, unseren ausstellenden Partnern, der Rundschau für den Lebensmittelhandel sowie dem Moderator Jörg Jakob und allen Speakern“
- BGA warnt vor existenzieller Bedrohung des Großhandels
- Neue SARS-CoV-2-Arbeitsschutzverordnung gilt vom 1. Oktober 2022 bis 2. Februar 2023
- Inflation: Lebensmittel knapp 19 Prozent teurer!
- Grosso-Fusion im Westen und Mitte: QTRADO und Presse-Grosso Mitte gehen zusammen
- Auszeichnung von CAPITAL: QTRADO gehört zum dritten Mal in Folge zu „Deutschlands besten Ausbildern“
- HDE mahnt zu schneller Lösung für hohe Energiekosten
- Kabinett beschließt Eckpunkte zur kontrollierten Cannabis-Abgabe, Chance für den Pressehandel?
- Arbeitsmarkt: Immer weniger Auszubildende
- 74. Frankfurter Buchmesse: Wiederbegegnen, vernetzen, neuentdecken
- Öffentliche Debatte um rechtsextreme Bücher und Presse bei Kaufland

## November

---

- Grosso-Verband gibt bekannt: Nächste Grosso-Jahrestagung am 12./13. September 2023 in Wiesbaden
- B4p-Studie: Acht von zehn Deutschen lesen Zeitung
- Deutscher Buchhandlungspreis 2022 verliehen
- Logistik: Deutlich weniger Paketsendungen im Weihnachtsgeschäft erwartet
- 18. November 2022: Bundesweiter Vorlesetag findet großen Anklang
- 26. November 2022: Tag der Zeitschriften: Ein Plädoyer für die gedruckte Presse
- Einzelhandel: Alexander von Preen ist neuer HDE-Präsident
- Presse-Grosso treibt Standardisierung und Digitalisierung von Prozessen voran

## Dezember

---

- GVPG veröffentlicht Ergebnisse seiner Einzelhandelsstrukturanalyse 2022: Verkaufsstellennetz ist mit rund 86.000 Presseeinzelhändlern weiterhin sehr dicht!
- Non-Press: Kauflust zur Fußball-WM so gering wie noch nie
- Tabakhandel: Es drohen Steuererhöhungen
- SUDOKU-Verlage kündigen an, ab 2023 vorsorglich den vollen Mehrwertsteuersatz anzuwenden
- Ausbildung: Zehn Auszubildende von QTRADO und PDG zu Gast in der GVPG-Verbandsgeschäftsstelle
- Grosso-Fusion im Südwesten: Presse-Grosso Südwest und Haberer Medienvertrieb fusionieren
- GVPG veröffentlicht Grosso-Chronik 2022 als Beilage zur Verbandspublikation GROSSO-INTERN vom 22. Dezember 2022
- Der langjährige NPV-Geschäftsführer, Herr Helmut Kohlhasse verstarb am 15. Dezember 2022 im Alter von 93 Jahren. Er war als Mann der ersten Stunde am Aufbau der nordbayerischen Presse Vertriebs GmbH & Co.KG maßgeblich beteiligt
- Veränderungen im Osten: Grosso-Pioniere Fred Schumacher (PV Potsdam) und Familie Wahlich (Cottbusser Pressevertrieb) ziehen sich zurück

# VORSCHAU 2023

25./26. April 2023

Mitgliederversammlung Gesamtverband  
Pressegroßhandel im Mediapark in Köln  
mit Kollegen-Abend

12. September 2023

Jahrestagung Gesamtverband  
Pressegroßhandel im RMCC in Wiesbaden mit  
Gäste-Abend in der Villa im Tal

13. September 2023

Mitgliederversammlung Gesamtverband  
Pressegroßhandel im RMCC in Wiesbaden



# Who's who

## **Ansprechpartner im Gesamtverband Pressegroßhandel**

### **Vorstand**

Frank Nolte (Süddeutsche Zeitungszentrale, Esslingen), Vorsitzender

Vincent Nolte (Presseservice Nord, Bremen), Vorstand

Jan Carlsen (Carlsen & Lamich, Kiel), Vorstand

Andreas Obervoßbeck (QTRADO, Leverkusen), Vorstand

### **Verbandsgeschäftsstelle, Köln**

Kai-Christian Albrecht, Hauptgeschäftsführer

Georg Dohmes, Business Analyst Marktanalyse

Gabriele Heß, Buchhaltung

Michael Hoffmann, Geschäftsführer/Referent BWK

Michaela Kokus, Assistentin Marketing

Silke Merx, Zentralsekretariat/Event

Damian Wonschinski, Assistent BWK

Beate Wurst, Office Management/PR

### **Presse-Grosso Marketing GmbH, Köln**

Elmar Mathews, Geschäftsführer

Beate Zachris, Projektmanagerin

# Autoren

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



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



**Georg Dohmes**  
Gesamtverband Pressegroßhandel /  
Business Analyst Marktanalyse



**Michael Hoffmann**  
Gesamtverband Pressegroßhandel /  
Geschäftsführer, Referent  
Betriebswirtschaft



**Elmar Mathews**  
Gesamtverband Pressegroßhandel /  
Referent Marketing, Geschäftsführer  
PGM GmbH



**Beate Wurst**  
Gesamtverband Pressegroßhandel /  
Büroleitung, PR



**Roland Karle**  
Redaktionsbüro  
Wirtschaft / Medien / Sport /  
Journalist

# Impressum



FÜR PRESSEFREIHEIT  
UND PRESSEVIelfALT

## Geschäftsbericht 2022

### Herausgeber

Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.

Händelstraße 25-29, 50674 Köln

Telefon: 0221 921337 0

Telefax: 0221 921337 44

E-Mail: [info@gvpg.de](mailto:info@gvpg.de), [www.pressegrrosso.de](http://www.pressegrrosso.de)

### Redaktion

Beate Wurst, Kai-Christian Albrecht, Gesamtverband Pressegroßhandel, Köln

### Titelblatt und Gestaltung

Meike Wellhöner, Presse Fachverlag, Hamburg

### Druck

Lehmann Offsetdruck GmbH, Norderstedt

Der Geschäftsbericht kann bei der Geschäftsstelle des Gesamtverbandes Pressegroßhandel angefordert werden. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Gesamtverbandes Pressegroßhandel.

### Redaktionsschluss

1. März 2023

© Gesamtverband Pressegroßhandel e.V. 2023

# Fotonachweise

Titel und Seiten 7, 16, 29, 37-47, 63, 65; Fotos: René Reiche

Seite 13: © MdB Dr. C. Schenderlein

Seite 15: © Fa. QTRADO, Fa. NPV, Fa. Jost, Fa. Cottbusser PV, Fa. Frankenthaler PV

Seite 27: © <https://claudia-roth.de/>; Foto: Kristian Schuller

Seite 28: © REWE Heppenheim; Foto: Daniel Ludorf

Seite 32: © Presse Fachverlag; Foto: Klaus Knuffmann

Alle hier nicht aufgeführten Bildrechte liegen dem Gesamtverband Pressegroßhandel vor und werden auf Anfrage mitgeteilt.

Im Sinne einer besseren Lesbarkeit verwenden wir bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in diesem Geschäftsbericht 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.

