

Geschäftsbericht Highlights 2023



Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser,

ein Meilenstein im Geschäftsjahr 2023 war der Abschluss und der Start der neuen Branchenvereinbarung im Pressevertrieb Anfang März. Die von den Vereinigungen der Verlage und der Presse-Grossisten für die Gesamtheit des Marktes geschlossene Vereinbarung ist eine notwendige Grundlage, um in den nächsten Jahren den diskriminierungsfreien Pressevertrieb in der Fläche zu sichern. Verlage und Presse-Grossisten erhalten mit den Regelungen gewisse Planungssicherheit für die weitere Transformation.

Was die Vertriebspraxis angeht, so bleibt der Pressegroßhandel hart am Ball. Dank der hervorragenden Arbeit der Experten aus der Praxis und des hauptamtlichen Teams behauptet das Presse-Grosso die Relevanz des Pressesortiments im Lebensmitteleinzelhandel. Gemeinsam mit einem großen LEH-Filialisten und Verlagspartnern führte der Grosso-Verband eine große Marktforschungsstudie durch. Die Ergebnisse zeigen neue Impulse für den Presseverkauf auf. Das Presse-Grosso treibt die Digitalisierung der Prozesse zum Einzelhandel voran. Die vom Grosso-Verband gelaunchte App OPTIPRESS wird vom Einzelhandel gut nachgefragt. Immer mehr LEH-Partner nutzen die Vorteile. Die Verkaufsförderung am Point of Sale spielt im Marketing-Mix des Presse-Grosso eine weiterhin wichtige Rolle, um Zeitungen und Zeitschriften zusätzlich zur Präsentation im Hauptregal in Szene zu setzen.

Im Berichtsjahr hat sich der Grosso-Verband organisatorisch und personell neu aufgestellt. Nachdem sich der langjährige Vorsitzende, Frank Nolte im September nicht mehr zur Wahl stellte, übernahmen seine Kollegen Vincent Nolte, Thorsten Mauch und Andreas Obervoßbeck als Team nahtlos die Verbandsführung. Das Konzept,

die Verantwortung auf viele Schultern zu verteilen, geht auf. Dazu trägt die personelle Verstärkung in den Kommissionen Marketing und Marktanalyse bei.

Die Entwicklung des Kerngeschäfts bleibt angesichts drastisch steigender Energie- und Personalkosten für die Branche herausfordernd. Die angekündigte Unterstützung seitens der Politik für eine Infrastrukturförderung für Presse lässt weiter auf sich warten.

Daher zeigen Kooperationen auf unterschiedlichen Ebenen, Digitalisierung und Harmonisierung von Prozessen entlang der Wertschöpfungskette neue Chancen für die Zukunft auf. Im Rahmen der Reihe Zukunftswerkstatt des Grosso-Verbandes erörterte der Berufsstand verschiedene Ideen zur Stärkung des Kerngeschäfts und Entwicklung neuer Geschäftsfelder, die in den folgenden Monaten konkretisiert werden.

Der vorliegende Geschäftsbericht präsentiert einen Ausschnitt der umfangreichen Aktivitäten des Grosso-Verbandes und seiner Mitglieder zur Förderung der Pressevielfalt und Überallerhältlichkeit. Der ungehinderte Zugang der Bürgerinnen und Bürger zu unabhängigen Medien, zu verlässlichen Informationen und unterhaltenden Inhalten ist angesichts wachsender Demokratiefeindlichkeit in Politik und Gesellschaft unverzichtbar.

Wir wünschen eine anregende Lektüre.

dai-C. Albreot

Inhalt

INTERVIEW

06	"Den Wandel gemeinschaftlich und
	kraftvoll angehen"

Interview mit Thorsten Mauch

10 "Facts and Figures" Presse-Grosso 2023

MEDIENPOLITIK / DEMOKRATIE

- 12 Presse-Grosso im Dialog mit der Medienpolitik
- 13 Medienstaatsministerin Roth will Absenkung der Mehrwertsteuer auf Presseprodukte
- 14 13th European Press Distribution Round Table
- Woche der Meinungsfreiheit 2023
 "Wir sind dabei"

MARKETING

16 Sortimentsangebot auf hohem Niveau

Marketing im Gesamtverband Pressegroßhandel

MARKTANALYSE

21 EHASTRA 2023

Trends im Pressevertrieb setzen sich fort

- 25 Frischer Wind im ISPC-Satzartenausschuss
- 26 Wie der Pressegroßhandel KI für die Vertriebspraxis nutzbar macht

ENGAGEMENT

- 28 Zeitschriften in die Schulen Eine Erfolgsgeschichte
- 29 FUTURUM Award 2023
- 30 Deutschlands beste Presseregale
 Premiere auf der Grosso-Jahrestagung 2023
- 32 Fortschreibung der AGRAPA-Selbstverpflichtungserklärung
- 33 Presse-Grossist Jan Carlsen zieht sich aus Verbandsarbeit zurück
- 34 Diplomat und Macher: Frank Nolte
- 36 Die Verlagsbranche dankt Frank Nolte

VERANSTALTUNGEN		ANHANG		
38	Mitgliederversammlung April 2023 "Es liegt Veränderung in der Luft!" Grosso Jahrestagung September 2023 "Tempo machen, Bündnis stärken"		Grosso in Zahlen	
40			Wirtschaftliche Entwicklung	
40			Chronik 2023	
44	Bilderseiten Grosso-Treff "Villa im Tal" Fachaussteller / Business Lunch 2023		OPTIPRESS – Das praktische Hilfsmittel zur Regalpflege im Presse-Einzelhandel	
46				
47	Save the Date	64	Who's who	
•••••		65	Autoren	
DOKUMENTATION		66	Impressum	
48	Presse-Grossisten wählen dreiköpfiges Vorstandsteam			
50	Verbandsgremien			
51	Verbandsgeschäftsstelle			
52	"Alles Gute, Frank Schmalenberger"			
52	Verbands-Steuerberater Detlef Dix übergibt Mandat an seinen Nachfolger			
53	Vertriebsräume / Fusionen			
54	Medienarbeit und Publikationen			

INTERVIEW

"Den Wandel gemeinschaftlich und kraftvoll angehen"

Sie sind seit Ende 1998 Mitglied der Betriebswirtschaftlichen Kommission des Grosso-Verbandes (BWK). Im Frühjahr 2023 übernahmen Sie die Leitung der Kommission vom Kollegen Jan Carlsen aus Kiel. Seit Herbst 2023 sind Sie zudem Mitglied des Verbandsvorstandes. Wie sehen Sie heute die Zusammenarbeit im Vorstand?

Die Entscheidung, in die Verbandsspitze einzutreten, habe ich mir nicht leicht gemacht. Der Vorstand trägt eine große Verantwortung, die Interessen unseres Berufsstandes zu bündeln und bestmöglich zu vertreten. Ich fühle mich in der Verantwortung, im Vorstand die Entwicklung der Branche in herausfordernden Zeiten aktiv mitzugestalten. Die Zusammenarbeit mit meinen Kollegen Vincent Nolte und Andreas Obervoßbeck sowie mit der Verbandsgeschäftsführung ist offen und vertrauensvoll. Jeder von uns bringt seine individuellen Erfahrungen und Stärken ein, so dass wir uns als Team sehr gut ergänzen. Erfreulich ist zudem, dass es uns gelungen ist, weitere Kollegen für eine Mitarbeit in den Kommissionen zu gewinnen.

Die Betriebswirtschaftliche Kommission bereitet Branchenvereinbarungen über Konditionen und Leistungen vor und überwacht die getroffenen Regelungen im Detail. Wie sieht die BWK-Arbeit in der Praxis aus? Die Tätigkeit der BWK ist geprägt durch ständige Detailarbeit im Hintergrund mit Spitzen im Februar/ März, wenn im Zuge der vereinbarten Stichtagsüberprüfung die Rabatte der Titel überprüft und vielfach angepasst werden. Für diese Aufgaben muss man analytische Fähigkeiten mitbringen und exakt arbeiten. Ohne die kompetente Unterstützung des Hauptamtes wäre das kaum zu leisten. Zudem verfügen wir über eine sehr hohe Datenqualität und Transparenz. Der Verband erbringt hier zentral für seine Mitglieder und Partner einen hervorragenden Service, und ich freue mich über das Vertrauen der Mitglieder in unsere Arbeit.

Was die Verlagsseite angeht, so sehen wir uns in der BWK als eine Art Sparringspartner für die von uns betreuten Verlage und Nationalvertriebe. Grundsätzlich ist die Zusammenarbeit mit unseren Gesprächspartnern konstruktiv und lösungsorientiert. Doch natürlich kommt es mitunter zu unterschiedlichen Auslegungen des bestehenden Regelwerks, Verlage und Nationalvertriebe zeigen da



zum Teil große Kreativität. Speziell in solchen Fällen ist die meist über viele Jahre gewachsene und daher belastbare Zusammenarbeit mit unseren Ansprechpartnern vorteilhaft, und wir finden eigentlich immer bereits auf der Arbeitsebene sachgerechte Lösungen.

Welches waren für Sie jenseits der Fachthemen übergeordnete Ereignisse im Geschäftsjahr 2023?

Die allfälligen Krisen bestimmen weiterhin unsere Arbeit. Wir leben in Zeiten großer Umbrüche und müssen uns leider an diese Realität anpassen. So hat uns die hohe Inflation im letzten Jahr erneut stark gefordert. Zwar hat der zuvor steile Preisanstieg bei Energie zuletzt leicht nachgelassen, aber das Niveau ist heute deutlich höher als vor den diversen Krisen. Die explodierenden Kosten für Personal und Dienstleistungen können wir in diesem stark regulierten Markt nur sehr eingeschränkt ausgleichen.

Viele Verlage haben im letzten Jahr mutige Preiserhöhungen durchgesetzt, was allen Marktteilnehmern guttut. Es besteht meines Erachtens in manchen Segmenten weiter Luft nach oben, in anderen gibt es vermutlich weniger Spielraum. Vor allem muss darauf geachtet werden, dass sich Leser aufgrund des subjektiv wahrgenommen Verhältnis von Preis und Leistung für unsere wunderbaren Produkte weiter begeistern und nicht "entwöhnen".

Wie sehen Sie die Perspektiven im Kerngeschäft des Pressegroßhandels? Welche unternehmerischen Akzente zur Gestaltung der Zukunft sind Ihnen wichtig? Wir werden noch viele Jahre Vergnügen an Zeitungen und Zeitschriften haben, das Pressesortiment bleibt relevant und wirtschaftlich attraktiv. Der Lebenszyklus der von uns vertriebenen Produkte ist allerdings unterschiedlich. Und die globalen Entwicklungen erfordern es, dass wir uns gemeinschaftlich neu aufstellen. In der Transformation liegen Risiken aber auch Chancen, die wir ganz nüchtern analysieren und daraus Maßnahmen für möglicherweise tiefgreifende Veränderungen unseres Vertriebssystems ableiten werden. Dazu sind die Weichen gestellt. Ich mag den Begriff "alternativlos" nicht, er ist schlicht falsch. Aber ich kenne bisher keine bessere Alternative, als diesen Wandel gemeinschaftlich und kraftvoll anzugehen.

Und zur Stärkung der filigranen Presselogistik müssen wir Umsätze aus neuen Geschäften und damit Deckungsbeiträge auf unsere Touren bringen. Da gibt es verschiedene Möglichkeiten und wir können sicherlich voneinander lernen. Es bedarf vor allem der Bereitschaft, Geschäftsfelder unternehmerisch anzugehen und auszuprobieren.

Als Pressegroßhändler haben Sie jeden Tag vielfältige Berührung mit Presse. Welche Rolle spielen gedruckte Medien in ihrem privaten Umfeld? Welche Zeitung und Zeitschrift nehmen Sie gerne zur Hand?

Ich bin bekennender Fan von Tageszeitungen speziell überregionaler Titel, wie Süddeutsche Zeitung und Frankfurter Allgemeine. Ich genieße es – gerne noch abends und sehr ausführlich am Wochenende - eine gedruckte Zeitung zur Hand zu nehmen. Qualitätszeitungen bieten spannende Themen, gut recherchierte Informationen und vor allem Meinungen an, mit denen ich ansonsten kaum konfrontiert wäre, geschweige denn im Internet danach suchen würde.





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

Facts & Figures

15

Pressegroßhändler

82.000

Verkaufsstellen

9.300

Pressefachgeschäfte

4.600

Kioske





1.800

Titel im Präsenzsortiment



1.500

Mio. Umsatz





2.000

Touren pro Nacht mit rund 100.000 km

JANUAR

 Grosso-Verband setzt Zukunftswerkstatt mit Workshops in Frankfurt am Main fort

MÄR7

 Launch der Branchen-App OPTIPRESS für Sortiments-Check im filialisierten EH

MAI

 Pesse-Grosso beteiligt sich an der Woche der Meinungsfreiheit

2023

FEBRUAR

 Medienallianz und Presse-Grosso verständigen sich auf neue Branchenvereinbarung

APRIL

 GVPG-Mitglieder beraten auf Hauptversammlung am 25. April 2023 über die Umsetzung der neuen Konditionenvereinbarung

JUNI

 Beratungen über den Einsatz von KI im Pressevertrieb



21.429

VPM Scannerkassen für ECR



20

überregionale VKF-Aktionen



MY-KIOSK

Such- und Findservice MyKiosk.com

357,000

km² Flächendeckung

VORSCHAU 2024

- 24.-25. April 2024: Ordentliche Hauptversammlung Gesamtverband Pressegroßhandel, Siegburg
- 24.-25. September 2024: Jahrestagung Gesamtverband Pressegroßhandel, Wiesbaden

JULI

• OPTIPRESS wird von GLOBUS flächendeckend eingesetzt

SEPTEMBER

- Presse-Grosso-Jahrestagung 2023
 - Presse-Grosso ruft zu nationalem Bündnis auf
 - Presse-Grossisten wählen dreiköpfiges Vorstandsteam
 - Frank Nolte erhält Ehrenpräsidentschaft

NOVEMBER

- Medienverbände kritisieren Ausbleiben der Presseförderung
 - BDZV fordert Senkung der Mehrwertsteuer

AUGUST

 Print-Reichweite: Jeder Zweite liest täglich die gedruckte Tageszeitung

OKTOBER

 Großkundenbetreuung des Grosso-Verbandes gründet Projektgruppe Warenpräsentation

DEZEMBER

 EHASTRA 2023: Presse-Grosso beliefert rund 82.000 Verkaufsstellen. Trends im Pressevertrieb setzen sich fort

Presse-Grosso im Dialog mit der Medienpolitik

NRW-Medienminister Liminski besuchte auf Einladung des Gesamtverbandes Pressegroßhandel den Pressegroßhändler QTRADO zu einem Austausch über die Anforderungen an und Rahmenbedingungen für den Pressevertrieb.

Auf Einladung des Gesamtverbandes Pressegroßhandel hat Nathanael Liminski (CDU), Minister für Bundes- und Europaangelegenheiten, Internationales sowie Medien des Landes Nordrhein-Westfalen und Chef der Staatskanzlei, am 26. Oktober 2023 den Pressevertrieb QTRADO in Leverkusen besucht.

Gastgeber Andreas Obervoßbeck und Dr. Frank Trotz von der QTRADO-Geschäftsleitung sowie Verbandsgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht begrüßten den Chef der

NRW-Staatskanzlei, der direkt von einer Plenarsitzung im Düsseldorfer Landtag in die Geschäftsräume am Hornpottweg in Leverkusen angereist war.

Die Grosso-Delegation erläuterte die Aufgaben und Funktionen des im allgemeinen Interesse stehenden Pressegroßhandels: Die Presse-Grossisten tragen durch ihre Tätigkeit vor Ort zur Sicherung von Pressevielfalt und -Verfügbarkeit überall im Land bei. Durch die Warenbündelung ist das filigrane Vertriebssystem sehr effizient und ressourcenschonend. Sprunghaft steigende Personal- und Energiekosten sowie weitere Regulierungen wie die anstehende Ausweitung der Maut auch für kleinere Nutzfahrzeuge stellten die Grosso-Unternehmen jedoch vor große Herausforderungen. In manchen dünn besiedelten Gebieten werde die Versorgung mit aktuellen Pressesortimenten wirtschaftlich prekär. Das Presse-Grosso stelle sich durch Stärkung des Kerngeschäfts, Konsolidierung und Diversifikation auf neue Realitäten ein. Zudem sei die Politik gefordert, die weiterhin erforderliche vertriebliche Infrastruktur für Presse durch indirekte oder direkte Maßnahmen zu unterstützen.

An den Austausch über praktische und medienpolitische Aspekte des Pressevertriebs als Teil der systemrelevanten

Verbandsgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht mit Minister Nathanael Liminski, Dr. Frank Trotz und Andreas Obervoßbeck (beide QTRADO) (v.li.n.re.)



Dr. Frank Trotz (vorne) erläutert Minister Nathanael Liminski (Mitte) die Aufgaben und Abläufe in einem Grosso-Unternehmen. Im Hintergrund: Kai-C. Albrecht

Infrastruktur für Medienvielfalt schloss sich ein Rundgang durch die Betriebsräume von QTRADO an. Minister Liminski zeigte sich beeindruckt von der Vielzahl an Zeitungen, Zeitschriften und Zusatzsortimenten, die das Presse-Grosso werktäglich mit modernen Verfahren individuell disponiert, kommissioniert und in alle Regionen pünktlich vor den Geschäftszeiten des Einzelhandels ausliefert. Somit stelle das Presse-Grosso die handfeste Seite der Meinungsfreiheit dar.

"Mediale Teilhabe führt zu demokratischer Teilnahme. Es ist wichtiger denn je, Presse in der Fläche lesen zu können. Bedauerlicherweise bleibt der Bund bei der Zustellförderung seine Antwort schuldig", so Minister Liminski.

QTRADO mit Sitz in Leverkusen ist mit einem Marktanteil von 15,5 Prozent einer der größten Pressegroßhändler in Deutschland. Das Unternehmen beliefert über sechs Logistikstandorte in NRW, Hessen, Niedersachsen und Thüringen rund 12.600 von bundesweit 85.700 Presseverkaufsstellen mit Pressesortimenten und pressenahen Zusatzsortimenten.

Der Gesamtverband Pressegroßhandel ist die bundesweite Vereinigung aller Pressegroßhändler, die für Pressefreiheit und –Vielfalt durch ein neutrales Vertriebsnetz eintreten. Ziel ist es, die Leistungskraft und Wirtschaftlichkeit des Pressegroßhandels zu stärken, um das als vorbildlich geltende deutsche Presse-Vertriebssystem im Medienwandel zu behaupten.

Medienstaatsministerin Roth will Absenkung der Mehrwertsteuer auf Presseprodukte

Die Mehrwertsteuer auf Presseprodukte wie Zeitungen sollte aus Sicht von Medienstaatsministerin Claudia Roth weiter sinken. "Es wäre ein wichtiger Schritt, wenn die Mehrwertsteuer von 7 Prozent weiter abgesenkt wird", sagte die Grünen-Politikerin im Interview im Dezember 2023 der Deutschen Presse-Agentur.

Die Staatsministerin, die als Beauftragte des Bundeskabinetts für Kultur und Medien fungiert, sagte zu möglicher staatlicher Förderung: "Ich werde mich weiterhin in der Bundesregierung sehr dafür einsetzen, dass wir einen Weg finden." Leider seien die Rahmenbedingungen dafür nicht besser geworden, "denn die fiskalische Situation hat sich in den letzten Tagen und Wochen jetzt noch mal dramatisch weiter verschärft". Die im Koalitionsvertrag vereinbarte Presseförderung, die Verlage bei der Zustellung von Zeitungen finanziell zu unterstützen, wurde in der Bereinigungssitzung zum Haushalt 2024 nicht mehr aufgegriffen.



Medienstaatsministerin Claudia Roth

13th European Press Distribution Round Table

Pressevertriebs-Organisationen im Dialog: Nachrichtenwüsten in Europa?



Am 26. September 2023 trafen sich Repräsentanten von Pressevertriebs-Organisationen aus Europa sowie der Forschungsstelle der Europäischen Union im Kontext der DISTRIPRESS-Tagung im spanischen Sevilla zum Informations- und Erfahrungsaustausch. Nils Buck, Mitglied des Executive Committee der DISTRIPRESS begrüßte im Namen der Internationalen Organisation für den Pressevertrieb die Delegationen.

Die Repräsentanten aus dem Gastgeberland Spanien sowie aus Italien, Frankreich und Deutschland schilderten die in den verschiedenen Märkten bestehende Situation und sich verschärfenden Herausforderungen im Pressevertrieb. Die deutsche Delegation war vertreten durch den Geschäftsführer des Gesamtverbandes Pressegroßhandel Kai-Christian Albrecht.

Transformation in Folge der Digitalisierung, Konzentration des Händlernetzes sowie steigende Energie- und Personalkosten – die Herausforderungen sind in den europäischen Ländern vergleichbar trotz zum Teil sehr unterschiedlicher politischer Rahmenbedingungen. Während in Frankreich der Staat durch millionenschwere Subventionen für Verlage und die Presseinfrastruktur dazu beiträgt, dass die Pro-

blematik der sog. "news deserts" im ländlichen Raum sich nicht weiter verschärft, erhält der Pressevertrieb in den anderen Ländern derzeit keine direkten Subventionen. So hat etwa die Bundesregierung die zugesagte Förderung der Presseinfrastruktur in Deutschland weiterhin nicht umgesetzt. In der Folge ziehen sich erste regionale Tageszeitungen aus dem Einzelverkauf in strukturschwachen Gebieten wie etwa in Ostdeutschland zurück. Im europäischen Vergleich pflegt der Pressegroßhandel in Deutschland mit über 80 Tausend Presseverkaufsstellen dennoch ein dichtes und flächendeckendes Vertriebsnetz für Presse.

Die übergeordnete Relevanz eines ungehinderten Zugangs zu Medien bestätigen Untersuchungen des Research Associate Centre for Media Pluralism and Media Freedom, die im Auftrag der Europäischen Union europaweit durchgeführt wurden. Die Wissenschaftlerin Sofia Versa vom European University Institute gab auf dem Round Table in Sevilla einen Ausblick auf den in 2024 erscheinenden Report "Lokale Medien für Demokratie", der sich mit "Nachrichtenwüsten in Europa und der Bewertung der Risiken für lokale und kommunale Medien in den 27 EU-Mitgliedstaaten" befasst. Danach seien Nachrichtenwüsten, gemeinhin definiert als Gebiete mit eingeschränktem Zugang zu Nachrichtenquellen, weltweit zu einem wachsenden Problem geworden. Lokale und kommunale Medien spielten eine besondere demokratische Rolle, da diese Medien in der Regel eine engere Beziehung zu den Menschen aus den Gebieten oder Gemeinschaften aufbauten. Vertrauen werde gefördert. Regionale Medien würden Themen wie Lokalpolitik und andere wichtige lokale Informationen abdecken, die in den nationalen Medieninhalten unterrepräsentiert seien oder fehlten.

"Wir sind dabei!"

Presse-Grosso beteiligt sich erneut an der Woche der Meinungsfreiheit

Der Pressegroßhandel beteiligte sich zum zweiten Mal in Folge an der Woche der Meinungsfreiheit, die am Tag der Pressefreiheit am 3. Mai begann und bis zum 10. Mai lief. Der Gesamtverband Pressegroßhandel war erneut Partner der 2021 vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels ins Leben gerufenen Initiative von zahlreichen Partnern der Zivilgesellschaft.

"Meinungsfreiheit ist die Grundvoraussetzung für eine freie, vielfältige und demokratische Gesellschaft", so lautet ein wichtiger Absatz der Charta der Meinungsfreiheit, die wir unterstützen. "Ohne Vertriebsfreiheit läuft die Pressefreiheit als konstitutives Element der Grundrechte ins

Leere", ist aus Medien- und Vertriebssicht zu ergänzen", erläutert Hauptgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht.

"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 wieder mitzugestalten.

Die Grosso-Unternehmen und der Verband weisen mit Aufklebern, Plakaten, Flyern sowie durch Aktionen im Handel bzw. in sozialen Medien auf den Tag der Pressefreiheit und die Woche der Meinungsfreiheit hin.



MARKETING IM GESAMTVERBAND PRESSEGROSSHANDEL

Sortimentsangebot auf hohem Niveau

Attraktive Warenpräsentation und Organisation eng am Kunden

Der Ladenbau und die Regalgestaltung sind wesentliche Erfolgsfaktoren im Category Management des Presse-Grosso.



Die Veranlassung, Koordination und Unterstützung von Initiativen zur Optimierung der Presse-Präsentation zählen damit zu den zentralen Aufgaben der verbandsseitigen Marketing- und Großkundenarbeit. Im Berichtsjahr 2023 hat der Arbeitskreis Großkundenbetreuung die Empfehlungen zur Dimensionierung der Presse-Kontaktstrecken für den Lebensmitteleinzelhandel und für Tankstellen-Shops aktualisiert. Ferner bereiteten die Experten eine Workshopreihe zum Thema Ladenbau vor, die im Jahr 2024 mit den wichtigsten Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels und des Tankstellen-Bereichs durchgeführt werden soll. Dazu bildete sich eine Projektgruppe unter der Leitung des Vertriebsexperten Jürgen Sauter von der Mitgliedsfirma Jost in München. Zielsetzung der Veranstaltungen ist es, im Kontext der Veränderungen im Sortiment und im Flächen-Management der EH-Unternehmen innovative Lösungen zur Optimierung der Warenpräsentation zu erörtern.

Investition in neues, mehrstufiges Presse-Regal, Einführung von Beleuchtung, vertikaler Blockbildung, Orientierungshilfen mit Beschriftungen, Top-Titel-Finder, VMP-Anbindung der Kasse (Geschäftsart Supermarkt / Pressevertrieb Jost)

Im Presse-Bereich liegt die besondere Herausforderung darin, dass alle Sortimente standortspezifisch und individuell nach Maßgabe der Verkäuflichkeit gebildet werden. Das standortspezifische Sortimentsmanagement ist eine besondere Stärke und ein maßgebliches Essential des Presse-Vertriebssystems. Dies impliziert aber auch, dass für die Regalschnitte ein bestmöglicher Ausgleich zwischen größtmöglicher Flexibilität mittels mehrstufigen, durchgehenden Präsentationsmulden terschiedlicher Tiefe einerseits und strukturgebenden Regalmodulen wie Stapelflächen, Schuppen- oder Diagonalablagen andererseits realisiert werden muss. Je mehr strukturgebende

Regelelemente genutzt werden, umso mehr werden die Sortimentsbreite und die Möglichkeit zur flexiblen Anpassung der sich dynamisch wandelnden Presse-Sortimente begrenzt.

Marktforschung liefert Erkenntnisse zur Kundenerwartung

Im Berichtsjahr 2023 hat das Marketingressort gemeinsam mit mehreren Verlagen ein mehrstufiges Marktforschungsprojekt eines großen Handelsunternehmens begleitet, um die Erwartungshaltung und Einstellung der Kunden zum Pressesortiment auszuwerten. Die Partner verfolgten mit dem Projekt das Ziel, Potenziale aufzudecken und Optimierungsmaßnahmen für ein zukunftsfähiges und kundenzentriertes Leistungsangebot abzuleiten.

Umfangreiche qualitative und quantitative Kundenbefragungen führten zu aufschlussreichen Kern-Ergebnissen: Presse ist weiter relevant, nachgefragt und unverändert in allen Bevölkerungsschichten präsent. Erfolgsfaktoren für den Presseverkauf bilden der Regalstandort, die Präsentation und das Sortiment sowie der Service vor Ort. Aus Sicht des Konsumenten besitzen gute Orientierung durch Übersichtlichkeit und Anordnung nach Objektgruppen sowie ein breites Sortiment die höchste Priorität bei den Erwartungen an das Presse-Regal. Das Ressort plant, Teile der Studie gemeinsam mit den involvierten Partnern in Form einer Broschüre zu veröffentlichen.

Maximale Wirkung im Verkauf

Das Marketing im Gesamtverband Pressegroßhandel umfasst alle Ziele, Maßnahmen und Instrumente für den erfolgreichen Verkauf der Warengruppe Presse im Einzelhandel. Die Aktivitäten des Ressorts folgen einer sortimentsorientierten Herangehensweise, die konsequent auf die Bedürfnisse der Einzelhandelspartner abgestimmt ist. Ausgangslage aller Aktivitäten bilden die Grundsätze für einen neutralen, ubiquitären und effizienten Pressevertrieb innerhalb des vertikalen Vertriebssystems.

Das Fachressort Marketing erarbeitet Empfehlungen und Standardisierungen für die gesamte Produktkategorie und setzt diese um. Somit ergänzt das bundesweite Marketing des Gesamtverbandes Pressegroßhandel wirkungsvoll die standortspezifischen Maßnahmen der Presse-Grossisten vor Ort und fördert die attraktive Presse-Präsentation für eine Absatzförderung von Zeitungen und Zeitschriften im stationären Handel.



IT-gestützte Services ermöglichen effizientes Warenhandling

Im Zuge des strukturellen Wandels in der Medienlandschaft gewinnen Services rund um die filialisierten Einzelhandelsbetriebe weiter an Bedeutung. Beispiel hierfür ist u. a. die im März 2023 vom Grosso-Verband gelaunchte Branchen-App OPTIPRESS. Diese ermöglicht den Service-Kräften am Presseregal eine standardisierte und effiziente IT-gestützte Sortimentsund Remissionsbearbeitung.

Nach intensiven Gesprächen der verbandsseitigen Großkundenbetreuung mit den Zentralen des filialisierten Presse-Einzelhandels konnte die Applikation bei ersten Handelskonzernen in den flächendeckenden Produktivbetrieb überführt werden. Als erfolgreiche Implementierungen der App können folgende Beispiele genannt werden: Globus, Edeka Nordbayern-Sachsen-Thüringen, EDEKA Südbayern und Bartels-Langness. Weitere Roll-outs stehen kurz bevor.

OPTIPRESS kann über Smartphones oder MDE-Geräte (Devices zur mobilen Datenerfassung) in den Einzelhandelsfilialen angewendet werden. Mithilfe des Barcode-Scanners der Geräte wird der 13stellige Presse-GTIN-Code am Regal erfasst und zeigt der Arbeitskraft am Presseregal 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 durch Verweis auf die jeweilige Objektgruppe. Die Anwendung vereinfacht die Arbeit mit dem Pressesortiment und hebt Effizienzpotenziale bei der Regalpflege. Weitere Informationen sind auf der Homepage unter folgender Adresse abrufbar:

https://optipress.pressegrosso.de/







Verkaufsförderung schafft Mehrverkäufe

Die Verkaufsförderung am POS im Sinne der direkten Absatzförderung über Zweitplatzierungsdisplays ist ebenso relevant im Marketing-Mix wie die technisch-prozessuale Unterstützung des Einzelhandels. Das Ressort hat im Berichtszeitraum die Koordination und Umsetzung von 20 Aktionen verteilt auf 30 Varianten mit 25 Einzelhandelszentralen und rund 15.000 Filialen des filialisierten Einzelhandels übernommen.

Die Aktionen orientierten sich an wichtigen gesellschaftsrelevanten Ereignissen oder saisonalen Trends. Aktionsmarketing über Bodendisplays geben kurzfristige themeninduzierte Kaufanreize für die relevanten Zeitungs- und Zeitschriften-Objekte. Ein besonderes Highlight im Geschäftsjahr 2023 waren die Marketing-Aktionen rund um den Verkauf des neuen Asterix. Für 2024 erwartet die Branche positive Effekte durch die

Aktionen zur Fußball-Europameisterschaft. Die Planungen und intensiven Abstimmungen mit Handelsund Verlagspartnern erfolgten bereits im Berichtsjahr.

Kontinuierliche Verbesserungsmaßnahmen am POS zeigen Wirkung

Im Geschäftsjahr 2023 hat der Pressegroßhandel bundesweit mehr als 700 unabhängige Presse- und Lebensmittelhändler sowie Tankstellen bei der Modernisierung ihrer Ladengeschäfte und Presseregale unterstützt. Die Maßnahmen der sogenannten Qualitätsoffensive des Pressegroßhandels umfassten den Ladenumbau, die Umstellung auf moderne Beleuchtung, die Investition in neue Regale sowie Schulungen.

Die Verschönerung der Ladenräume und die verbesserte Warenpräsentation zahlen sich aus: Nach dem Umbau verzeichneten die Pressehändler im Durchschnitt einen Umsatzzuwachs von 4,8 Prozent. Dies geht aus einer repräsentativen Umfrage des Ressort Marketing hervor.

Seit dem Start der Qualitätsoffensive im Jahr 2007 haben Presse-Großhändler und ihre Handelspartner in Summe rund 74.000 Einzelmaßnahmen umgesetzt. Das Engagement zeigt sich in den positiven Umsatzauswer-

Ausbau strukturgebende & beleuchtete Regale

Darstellung ohne reine Zeitungskunden und reine Sonntagskunden



tungen der jeweiligen Erhebung. Der Außendienst der Presse-Großhändler spricht gezielt Einzelhandelspartner in den Bereichen Pressefachhandel, Lebensmitteleinzelunabhängige händler und Tankstellen in der Region an. Dabei berät und unterstützt der Außendienst bei der Umsetzung vor Ort. Zu den angebotenen Maßnahmen zählen beispielsweise die allgemeine Verbesserung des Ladendesigns, die strukturierte Anordnung des Presseregals nach Objektgrup-Beschriftung, Beleuchtung, pen, Schulungen, moderne Kassensysteme und Schaufensterwerbung.

Fachtagungen im Marketing ermöglichen Deep-Dive in die Themen

Der persönliche Austausch über Fachthemen, aktuelle Trends und Projekte im Ressort ist unverzichtbar. So führte das Ressort im Berichtszeitraum wieder verschiedene Gremiensitzungen und Tagungen durch. Im September 2023 fand ein Workshop für alle Großkundenbetreuer des Verbandes statt. Auf der Agenda standen Praxisthemen wie Sortimentsmanagement, Warenpräsentation, Verkaufsförderung sowie rechtliche Fragestellungen.

Der Sprecher der AG EDI-RG Frank Mietke berichtete im Rahmen eines Deep-Dive über den aktuellen Stand der elektronischen Rechnung im B2B-Sektor und zeigte mögliche Perspektiven im Zuge der rechtlichen Anpassungen für die kommenden Jahre auf. Die Elektronische Rechnung wird seit 2007 als standardisierte Leistung insbesondere für den filialisierten Einzelhandel angeboten.

Udo Schlaghecken, Sprecher des AK GKB, gab einen Ausblick auf das Marketing-Jahr 2024: "Der strukturelle Wandel und die zunehmende Nutzung digitaler Medien bilden die größten Herausforderungen für den physischen Vertrieb von Print-Medien. Daher richtet sich unser Marketing konsequent an den Themenfeldern Effizienz, Services und Standards für den Handel und die gesamte Warengruppe Presse aus." Trotz des anspruchsvollen Marktumfeldes seien Zeitschriften und

Weitere Arbeitsfelder

- Zeitschriften in die Schulen
- Schulungsmaterial für den Einzelhandel
- Wettbewerbe "Deutschlands bestes Presseregal" und "Deutschlands bester Presse-Shop"
- Betrieb und Weiterentwicklung der Internetplattform MYKIOSK com
- Rechtliche Anforderunger für den Presse-Vertrieb

Zeitungen immer noch bei den Konsumenten hochgeschätzt, sorgten für Kundenfrequenz und attraktive Flächenproduktivität im Handel. Das Marketing-Ressort im Gesamtverband Pressegroßhandel setzte alles daran, dass die Relevanz der Warengruppe auch in Zukunft einen hohen Stellenwert genieße. Schlaghecken dankte allen Kollegen für ihre engagierte Arbeit. Besonderen Dank richtete er an Marco Burmester vom Presseservice Nord, der den Arbeitskreis Großkundenbetreuung im Zuge eines beruflichen Wechsels verließ.

EINZELHANDELSSTRUKTURANALYSE 2023

Trends im Pressevertrieb setzen sich fort

TÄGLICHE BELIEFERUNG VON RUND 82.000 VERKAUFSSTELLEN

Der Gesamtverband Pressegroßhandel (GVPG) veröffentlichte Ende November die Ergebnisse seiner Vollerhebung des deutschen Presseeinzelhandels 2023: Trotz anhaltend herausfordernder Rahmenbedingungen bleibt der Pressegroßhandel ein zuverlässiger Partner und versorgt täglich knapp 82.000 Verkaufsstellen mit einer breiten Auswahl an Zeitungen und Zeitschriften. Dieses Angebot ist sowohl in städtischen als auch in ländlichen Gebieten für alle Bürger*innen zugänglich. Strukturwandel und Konsolidierung im Pressehandel setzen sich weiter fort.

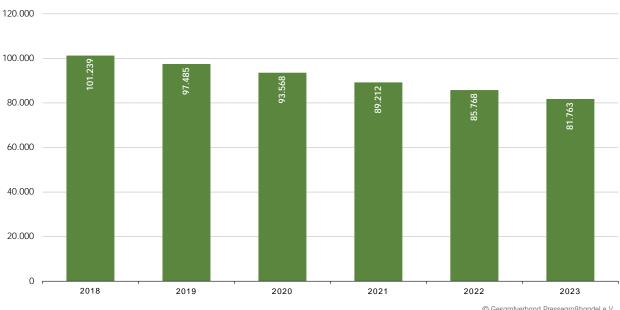
Zur Kalenderwoche 39/2023 beliefert der deutsche Pressegroßhandel bundesweit exakt 81.763 presseführende Einzelhändler mit Zeitungen, Zeitschriften und verwandten Produkten. Im internationalen Vergleich gilt das käufernahe Vertriebsnetz als vorbildlich. Es gewährleistet nach wie vor eine flächendeckende Versorgung der Bevölkerung in Deutschland mit Presseprodukten.

Konsolidierungen und strukturelle Anpassungen im Presseinzelhandel setzen sich 2023 fort. "Der Trend wachsender Marktanteile der filialisierten Vertriebsformen zulasten des fragmentierten Einzelhandels zeigt sich auch in der aktuellen EHASTRA – genauso wie ein leichter Rückgang unseres Händlernetzes", erläutert Andreas Obervoßbeck, Vorstand Marktanalyse des Gesamtverbandes Pressegroßhandel. "Wir sehen jedoch keine deutliche Verschärfung dieser Trends, was für die Ubiquität von Presseprodukten in Deutschland ein gutes Zeichen ist", so Obervoßbeck.

Der Pressegroßhandel hat im Jahr 2023 über 1.900 Neukunden für das Angebot von Pressesortimenten erschlossen. Dennoch ging die Zahl der Presseverkaufsstellen auf 81.763 Einzelhandelsstandorte zurück, da im gleichen Zeitraum gut 5.900 Einzelhändler den Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften aus verschiedenen Gründen aufgaben. Im Saldo beträgt der Rückgang der Verkaufsstellen mit Presseangebot 4,7 Prozent (Vorjahre: -3,9 Prozent 2022 zu 2021 bzw. -4,7 Prozent 2021 zu 2020). Das Tempo der Konsolidierung im Pressehandel hat sich somit im zweiten Jahr hoher Inflation und Kaufzurückhaltung wieder leicht erhöht.

Bei den am stärksten vom Rückgang betroffenen Geschäftsarten finden sich wie im Vorjahr Bäckereien, Pressefachhändler und Kioske. Gegen den Trend wächst die Filialanzahl großer Drogeriemärkte sowie von Kaufund Warenhäusern, bedingt durch den Ausbau der

ABB. 1: ENTWICKLUNG PRESSE-VERKAUFSSTELLEN



© Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.

Belieferung von Großkunden. Erneut zeigt sich zudem ein Zuwachs großer Supermärkte, während kleinere Lebensmittelhändler schwinden. Die Entwicklung der EH-Standorte der Geschäftsarten Großformen des Einzelhandels, Discounter und Tankstellen ist weitestgehend stabil.

Die drei wichtigsten Geschäftsarten im Presseeinzelverkauf sind Supermärkte, Presse-Fachgeschäfte und Discounter. In diesen Geschäftsarten werden 65 Prozent des gesamten Presseumsatzes erzielt, wobei der EH-Anteil etwa 42 Prozent beträgt.

Die Gruppe der gebundenen oder regiebetriebenen Einzelhandelsfilialisten, auch als Großkunden bezeichnet, konnte im Vergleich zum Vorjahr einen Anteilszuwachs von 2,4 Prozentpunkten verzeichnen. Sie machen deutlich

mehr als die Hälfte der Presseeinzelhandelsgeschäfte (55,6 Prozent) und fast drei Viertel des Presseumsatzes (73,1 Prozent) aus. Der Anteil der unabhängigen Einzelhändler beträgt nun 44,4 Prozent (EH-Anteil) bzw. 26,9 Prozent (Umsatzanteil).

Weiter positiv entwickelt sich das vom Pressegroßhandel etablierte Efficient Consumer Response - Verfahren "Verkaufstägliche Marktbeobachtung am Point of Sale" (VMP). Mit jetzt 21.429 Einzelhändlern melden 0,6 Prozent mehr Verkaufsstellen täglich ihre Verkaufsdaten an das Grosso. Damit erreichen die VMP-Händler in diesem Jahr die wichtigen Meilensteine von 25 Prozent EH-Anteil (26,2 Prozent / +1,4 Prozentpunkte) und 50 Prozent Umsatzanteil (50,6 Prozent / +0,9 Prozentpunkte). Dies bedeutet, dass VMP-Kunden mittlerweile

ein Viertel der Händler und die Mehrheit des gesamten Presseumsatzes ausmachen.

Die pro Objekt im Regal verfügbare durchschnittliche Präsentationsfläche ist seit 2015 spürbar gestiegen (+1,6 Zentimeter pro Titel). Diese auch als Schuppungsgrad bekannte Maßgröße beträgt in der Erhebungswoche 12,3 Zentimeter. Sie ergibt sich aus dem Verhältnis der durchschnittlichen Anzahl an Bordmetern je Verkaufsstelle, die im gleichen Zeitraum um 1,30 Meter auf 23,1 Bordmeter je EH leicht gesunken ist, und der durchschnittlichen Sortimentsbreite, die aktuell knapp 188 Titel umfasst (-41 Objekte zu 2015).

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 EHASTRA heraus, seit 2019 in Verantwortung des Gesamtverbandes Pressgroßhandel e.V., der die Trägerschaft vom Bundesverband Presse-Grosso e.V. übernommen hat.

Weitere Informationen zu den Ergebnissen der Jahres-EHASTRA 2023 können beim Gesamtverband Pressegroßhandel angefragt werden.

ABB. 2: ORGANISATIONSGRAD IM EINZELHANDEL 2023 (ZU 2018)

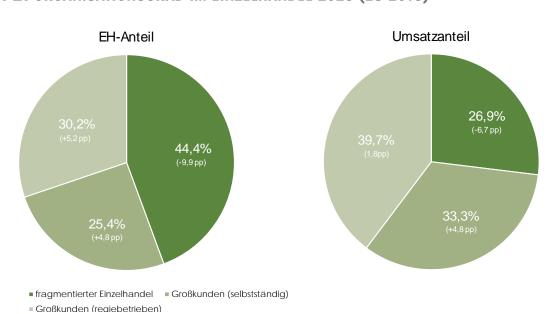


ABB. 3: UMSATZBEDEUTUNG DER GESCHÄFTSARTEN 2023 (ZU 2018)

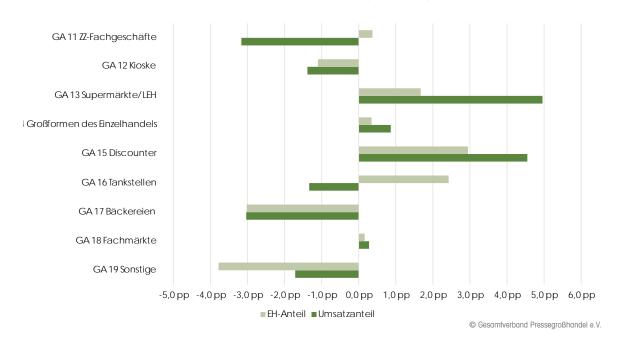
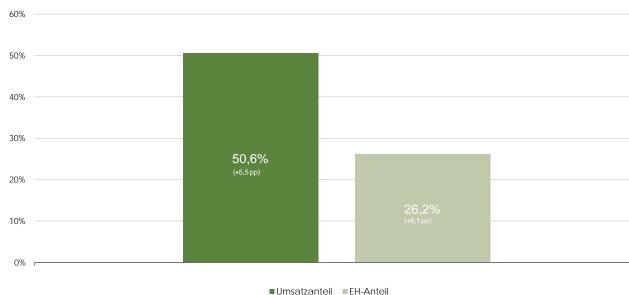


ABB. 4: UMSATZBEDEUTUNG DER VMP-HÄNDLER 2023 (ZU 2018)



Frischer Wind im ISPC-Satzartenausschuss

Im Frühjahr 2023 hat sich der aus Verlags- und Grossovertretern bestehende "ISPC-Ausschuss für Standard-Formate" (i.e. ISPC-Satzartenauschuss) neu zusammengesetzt. ISPC steht für Intermedia Standard Presse-Code. Das Gremium setzt – analog zur DIN-Nominierung – wichtige Impulse zur Standardisierung im Pressevertrieb. Nachdem auf Grossoseite mehrere Mitglieder aus verschiedenen Gründen aus dem Gremium ausgeschieden waren und längere Zeit kein Anlass bzw. Projekt für ein erneutes Zusammenkommen des Gremiums bestand, wurde eine Neubestzung 2023 notwendig. Hintergrund war die geplante Einführung zweier neuer von Verlagssei-

grosso abzustimmen galt – nähere Informationen zu den neuen Satzarten siehe Kasten.

te entwickelten ISPC-Satzarten, die es mit dem Presse-

Der Ausschuss setzt sich auf Grossoseite nun wie folgt zusammen:

- Hendrik Schinnenburg, Leiter IT & Prozesse, QTRADO
- Heinz Bretthauer, Leiter Entwicklung PVG-Software, PVG
- Georg Dohmes, Business Analyst Marktanalyse & BI, GVPG

Neue ISPC-Satzarten zum Austausch von EH-Potentialen

Ende 2023 haben der ISPC-Satzartenausschuss und Vertriebsexperten aus dem Grosso die Satzarten 31600 & 31610 in gemeinsamer Abstimmung verabschiedet. Die zwei neuen Satzarten automatisieren den bisherigen Excel-basierten E-Mail-Austausch von EH-Potentialen und stellen folglich eine Arbeitserleichterung für beide Seiten dar.

Inhalt der Satzarten: Verlage können spezifische Einzelhändler für die Ein- und Ausschaltung bei bestimmten Titeln vorschlagen, woraufhin die Grossisten das Ergebnis des Vorschlags zurückspielen. Durch eine Präambel wurde verdeutlicht, dass die EH-Vorschläge für eine minimale Arrondierung der Verteiler auf Basis qualifizierter Verfahren gedacht sind und nicht für pauschale Verteilererweiterungen. Zudem wurde Non-Press komplett ausgeschlossen.

Zweck und Wichtigkeit des Gremiums

Der Ausschuss fungiert als Vorinstanz zur Einführung neuer oder Änderung bestehender Standardformate und hat zum Ziel, eine sowohl für Verlage als auch Grossisten zufriedenstellende Ausgestaltung der Formate zu sorgen. Dies ist sehr wichtig, da beide Parteien mitunter unterschiedliche Ziele verfolgen. Neu- und Änderungsvorschläge können dabei von beiden Seiten eingebracht werden. Zum Teil werden auch weitere, vertriebliche Ansprechpartner (z.B. die Marktanalyse-Kommission des GVPG) zur Entwicklung eines umfassenderen Meinungsbildes und zur Erhöhung der Akzeptanz herangezogen. Das Gremium leistet somit einen wichtigen Beitrag für funktionierende betriebliche Datenprozesse.

Wie der Pressegroßhandel KI für die Vertriebspraxis nutzbar macht

Der Pressegroßhandel befasst sich auf unterschiedlichen Ebenen intensiv damit, künstliche Intelligenz (KI) für den Pressevertrieb nutzbar zu machen.

Der Gesamtverband Pressegroßhandel setzte das globale Megathema KI im Geschäftsjahr 2023 bevorzugt auf die Branchenagenda und stieß neue Impulse zu möglichen Einsatzfeldern im Pressevertrieb an. Mit Fachvorträgen wie durch den KI-Experten Gunnar Brune auf der Grosso-Jahrestagung im Herbst 2023, Vermittlung von Kontakten zu Dienstleistern wie Axon Machine Vision oder BearingPoint im Rahmen der Fachausstellung am 12. und 13. September 2023 sowie öffentliche Statements gab der Gesamtverband werthaltige Einordnungen und Handreichungen für die Praxis.

Grosso-Unternehmen wie QTRADO in Leverkusen und PVG Group in Frankfurt arbeiten nicht erst seit dem jüngsten KI-Hype mit Hochdruck an technologischen Lösungen, mit denen sich Services und Leistungen verbessern und die bewährten Regulierungssysteme fortentwickeln lassen. "Grundsätzlich werden sich heute alle Unternehmen mit dem technischen Fortschritt auseinandersetzen müssen, der sich in vielen Bereichen durch KI ergibt", führte Vorstandsmitglied Vincent Nolte in einer Stellungnahme des Gesamtverbandes Pressegroßhandel aus (siehe Kasten).

"Pressegroßhandel hat ganzheitliche Datenkompetenz" – Statement zum Einsatz von KI im Pressevertrieb

Der Pressegroßhandel verfügt über hochentwickelte, leistungsfähige Software-Tools und eine ausgeprägte Distributionsdichte. Der Berufsstand entwickelt sich technologisch stetig fort. Die Grosso-Unternehmen investieren in moderne IT-Anwendungen und schlanke Prozesse. Dazu zählt auch die Befassung mit KI-Technologien, um die bewährten Regulierungssysteme fortzuentwickeln. Die Stärke der Grosso-Unternehmen im Bereich KI liegt in der hohen Datenverfügbarkeit und -qualität sowie einem verlässlichen Datenschutzkonzept. Aufgrund der täglichen Erfassung und -Verarbeitung von Daten des gesamten Sortiments im Warenwirtschaftssystem hat sich der Pressegroßhandel einen systemischen Leistungsvorsprung erarbeitet. Durch den ganzheitlichen Blick auf den Markt können KI-Anwendungen des Presse-Grosso die volle Leistungsfähigkeit entfalten, da diese in der Lage sind, Verkaufsvorhersagen ohne Restriktionen des Handels zu entwickeln. Der Vorteil des hiesigen Pressevertriebssystems ist, dass sämtliche Verlage diesen Leistungsbaustein des Pressegroßhandels nutzen können, unabhängig von der vorgelagerten Handelsstufe. Der Einsatz von Anwendungen im Bereich KI und maschinellen Lernen ist kein Selbstzweck. Moderne Technologie unterstützen den Pressegroßhandel dabei, effizienter zu arbeiten und die Qualität vertrieblicher Routinen zu verbessern.

Gunnar Brune von Tricolore Marketing und Experte für Künstliche Intelligenz, klärte in seinem Fachvortrag auf der Grosso-Jahrestagung am 12.09.2023 in Wiesbaden und im anschließenden Talk mit Moderator Markus Brock vom SWR über Missverständnisse und (Falsch) Definitionen auf. Er legte an praktischen Beispielen – etwa bei der Verarbeitung retournierter Presse-Exemplare – dar, wie Prozesse und Produktentwicklung durch KI schneller, innovativer und effizienter werden können. Seine Überzeugung: "Künstliche Intelligenz bringt für alle Unternehmen mehr Geschwindigkeit, mehr Innovation und mehr Effizienz."

Case Study 1: KI und maschinelles Lernen mit der ERP-Software Phoenix

Die mit dem ERP-System Phoenix arbeitenden Grosso-Unternehmen haben gemeinsam mit der Curasoft GmbH aus Köln eine Anwendung zur automatisierten Verteileroptimierung entwickelt und ab 2021 schrittweise umgesetzt. Die Anwendung ermöglicht es, ohne personellen Mehraufwand weitere qualitative Verbesserungen von Verteilern für Zeitschriften, Zeitungen und Non-Press-Produkten zu erzielen. Als Datenbasis wird der im Presse-Grosso Data Warehouse (PDWH) enthaltene Datenbestand der Lokalmarkt-Cluster (LMC) genutzt. Gemeinsam mit dem INC Innovation Center aus Aachen entwickelt der Phoenix-Anwender QTRADO zudem eine Lösung zur datenbasierten Sortimentsoptimierung durch automatisierte Berechnung von Verkaufswahrscheinlichkeiten auf POS-Ebene.



KI-Experte Gunnar Brune von Tricolore Marketina

Case Study 2: PVG Data integriert KI in Grosso-Software

Die PVG-Group mit Sitz in Frankfurt hat im Herbst 2023 KI-basierte Algorithmen als integralen Bestandteil ihrer Grosso-Software in den operativen Praxisbetrieb übernommen. Dem voraus ging eine erfolgreiche Testphase. Mittels KI wird die Ermittlung der titel- und kundenspezifischen Verkaufspotenziale qualifiziert und optimiert. Die Einschaltung von Kunden im Verteilerbereich einerseits sowie die Zuschaltung von Titeln beim Kunden im Kontext der Sortimentsoptimierung andererseits erfolgen nun mit Hilfe leistungsfähiger KI-Algorithmen automatisiert auf Basis eines umfangreichen Datenkranzes und nicht mehr manuell.

Software-Routinen zur automatisierten Verteileroptimierung zählen seit geraumer Zeit zum Leistungs-Portfolio des PVG-Systems. Die nun mit Hilfe des neuronalen Netzes generierten POS- und objektspezifischen Score-Werte lassen sich ideal mit diesem praxisbewährten Tool kombinieren.

EINE ERFOLGSGESCHICHTE

20 Jahre "Zeitschriften in die Schulen"



"Es ist auch schön, eine Zeitschrift zum darin Blättern zu haben und nicht nur im Internet." – Das Zitat stammt nicht etwa von einem überzeugten Print-Fan, sondern ist das Fazit eines Schülers aus dem Projekt "Zeitschriften in die Schulen".

Eine Leseförderinitiative der Stiftung Lesen, des Gesamtverbandes Pressegroßhandel e. V. (GVPG) und des Medienverbandes der freien Presse e.V. (MVFP), die in 20 Jahren 11,3 Millionen Zeitschriften für 6,1 Millionen Schülerinnen und Schüler an weiter-

führenden und beruflichen Schulen bereitgestellt hat. Das Erfolgsprojekt zeigt, wie Leseförderung und die Stärkung von Zeitschriften Hand in Hand gehen. Denn Zeitschriften sind durch ihre Aktualität und den Wort-Bild-Anteil ein probates Mittel, um junge Menschen, für das Lesen zu begeistern. Gleichzeitig weckt die Initiative Interesse für das Medium in einer relevanten Zielgruppe.

Das Erfolgsprojekt "Zeitschriften in die Schulen" feierte im Jahr 2023 sein 20. Jubiläum. Das Ziel: Junge Menschen zum Lesen motivieren und für das Medium Zeitschriften zu begeistern. Dass davon auch Verlage profitieren, weiß Mitinitiator Lutz Drüge, Geschäftsführer Print & Digitale Medien beim Medienverband der freien Presse (MVFP): "Über "Zeitschriften in die Schulen' halten Kinder und Jugendliche teilweise zum ersten Mal eine Zeitschrift in der Hand. Sie können das Medium entdecken, die ei-

genen Lesefähigkeiten ausbauen und gleichzeitig positive Erfahrungen mit Zeitschriften sammeln - ein wichtiges Potenzial für die Schülerinnen und Schüler, aber auch eine Chance für teilnehmende Verlagshäuser, die schon heute ihre Zielgruppe von morgen für sich begeistern können." Vor allem Print profitiert vom Angebot. So sind die Schülerinnen und Schüler selbst oft überrascht, wie gut ihnen die Zeitschriften gefallen: "Ich habe bestimmt vier Stunden in der Zeitschrift ,Feuerwehr' gelesen, so lange hatte ich noch nie was zu Lesen in der Hand."

Im Rahmen des von Schirmfrau und Staatsministerin für Kultur und Medien Claudia Roth unterstützten Projekts werden über einen Aktionszeitraum von vier Wochen altersgerechte Zeitschriftentitel an weiterführende und berufliche Schulen geliefert. Damit Lehrkräfte das volle Potenzial nutzen können, erhalten sie dazu begleitendes, didaktisches Material der Stiftung Lesen. Dadurch beschäftigen sich die Schülerinnen und Schüler in-

tensiv mit dem Medium und lernen die Vorzüge kennen und schätzen. Aktuell treffen dank des Mitinitiators GVPG erneut über 400.000 Zeitschriften bei rund 9.000 Klassen ein, Kai-Christian Albrecht, Hauptgeschäftsführer Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.: "Print muss erlebt werden. Und dass hier eine große Chance liegt, zeigen uns die positiven Rückmeldungen der Schülerinnen und Schüler, aber auch der Lehrkräfte. Immer wieder wird berichtet, dass Zeitschriften so viel Freude bereiten, dass Lernen fast schon nebenbei passiert. Deshalb sind auch im Jubiläumsjahr der Initiative alle Pressegroßhändler engagiert dabei, Tausende von Magazinen frei Haus an die Schulen zu liefern."

Die vielseitigen Printtitel werden durch ein breites E-Paper-Angebot des Partners United Kiosk AG ergänzt. Dies zeigt eindrücklich, wie Print und Digital gegenseitig voneinander profitieren. Erfolgsprojekte wie "Zeitschriften in die Schulen" zeigen, dass jungen Menschen mit kreativen Wegen mehr Bildungschancen eröffnet werden können. Sabine Uehlein, Geschäftsführerin Programme Stiftung Lesen: "Es gibt so viele spannende und informative Zeitschriften auf dem Markt, die Wissen vermitteln, unterhalten und einen echten Mehrwert für die demokratische Meinungsbildung bieten. Dass wir den Kindern und Jugendlichen seit 20 Jahren einen Zugang zu diesem Angebot bieten können, ist ein echter Gewinn für die Leseförderung. Mein Dank geht daher an unsere langjährigen Projektpartner und alle teilnehmenden Verlage, ohne die dieser Meilenstein nicht möglich wäre."

FUTURUM Award 2023

Der Gesamtverband Pressegroßhandel gratuliert den Preisträgerinnen und Preisträgern des diesjährigen FUTURUM Award, die am 06. November 2023 im Rahmen des FUTURUM Events im MARKK – Museum am Rothenbaum in Hamburg vor rund 150 Gästen für herausragende Leistungen ausgezeichnet wurden:

Young Professionals:

Sonja Wippel und Katja Lademann von der Frankfurter Allgemeine Zeitung

Innovation im Digital-Vertrieb:

Sebastian Turner, Herausgeber Table Media GmbH

Innovation Print-Vertrieb:

Nationalvertrieb D-FORCE-ONE GmbH

Unternehmertum:

Kai Rose und Lars Rose (Verleger Klambt)

Unternehmertum:

Christian Jäger, CEO und Eigentümer

Frank Nolte, 1. Vorsitzender des Gesamtverbandes Pressegroßhandel war auch 2023 Mitglied der Jury für den Futurum Award



Der Preisträger D-Force-One ist ein Joint Venture des Grosso-Unternehmens QTRADO mit Press Impact

DEUTSCHLANDS BESTE PRESSEREGALE

Premiere auf der Grosso-Jahrestagung 2023

Zusammen mit der "RUNDSCHAU für den Lebensmittelhandel" und weiteren Partnern, darunter der MVFP, zeichnete der Gesamtverband Pressegroßhandel "Deutschlands beste Presseregale" in vier Kategorien aus. Der Edeka-Markt Niemerszein in

Hamburg, der Edeka-Center Wucherpfennig in Hannover, das SB-Warenhaus Globus in Freilassing und die Tankstelle Aral TS Auto Meiringer in Schwabmünchen wurden unter mehr als 70 Bewerbern zu Siegern gekürt.





Fragen zum Wettbewerb an Edith Villwock, RUNDSCHAU für den Lebensmittelhandel

Was sind die Beweggründe der RUND-SCHAU für den Lebensmittelhandel, sich seit vielen Jahren für diesen Preis zu engagieren?

"Presse bringt Kunden in den Markt. Für Händler, die ein gut sortiertes Presseregal vorhalten, ist Print Umsatzbringer und Kundenbindungsmaßnahme. Der LEH und die Tankstellen sind für die Kunden wichtige und sichere Anlaufstellen für "ihre" Magazine. Für die RUNDSCHAU für den Lebensmittelhandel und das Fachmagazin tankstelle ist eine der wesentlichen Aufgaben den Händlern Best Practice Beispiele vorzustellen."

Im Jahr 2023 fand die Preisverleihung "Deutschlands bestes Presseregal" erstmals im Rahmen der Jahrestagung des Gesamtverbandes Pressegroßhandel statt. Welchen Eindruck hat die Preisverleihung bei Ihnen hinterlassen?

"Für die Ehrung der Gewinner des Wettbewerbs "Deutschlands bestes Presseregal 2023" bot die Jahrestagung den optimalen Rahmen. Das Publikum wusste die Leistungen der Händler zu würdigen, und aus den gemeinsamen Gesprächen am Abend erhielten Grossisten und Händler wichtige und interessante Anregungen."

Mit dem Wettbewerb setzt sich die RUNDSCHAU für den Lebensmittelhandel mit Partnern aus Presse-Grosso, Industrie und Verlagswesen für die Stärkung der Kategorie "Presse im Handel" ein. Was zeichnet die Preisträger 2023 besonders aus?

"Unsere Preisträger präsentieren in den Märkten und Tankstellen die Warengruppe Presse vorbildlich in Sachen Regalpflege, Kundenservice und Sortimentsausrichtung. Dabei setzen die Abteilungsverantwortlichen zusätzlich auf individuelle Akzente, nutzen digitale Werbeträger und Zweitplatzierungen von Printprodukten in anderen Abteilungen." **AGRAPA**

Fortschreibung der AGRAPA-Selbstverpflichtungserklärung

Vertreter der Papier- und Verlagswirtschaft haben am 17. April 2023 der parlamentarischen Staatssekretärin im Bundesumweltministerium. Dr. Bettina Hoffmann, eine Fortschreibung und Erweiterung der seit 1994 bestehenden Selbstverpflichtungserklärung der Arbeitsgemeinschaft Graphische Papiere (AGRA-PA) übergeben. Stellvertretend für die Trägerverbände der grafischen Papierkette verwies der Vorsitzende der AGRAPA und Geschäftsführer der Frankfurter Societäts-Druckerei Volker Hotop auf die Erfolgsgeschichte der Selbstverpflichtung, die mit der aktuellen Erweiterung zu einer Verbesserung der Kreislaufwirtschaft von grafischen Papieren führen werde. So verpflichten sich die in den Verbänden* organisierten Unternehmen freiwillig zu einem höheren Einsatz von Altpapier bei der Produktion grafischer Papiere und einem schrittweisen Ausstieg aus der Nutzung von Zeitungsdruckfarben mit Mineralöl bis zum Jahr 2028.



Mit dieser "Erweiterung der übernommenen Pflichten übernimmt die grafische Papierkette Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft", sagte Hotop. Für das Bundesumweltministerium unterstrich Staatssekretärin Hoffmann die umweltpolitische Bedeutung der erweiterten Verpflichtungen, die die Kreislaufwirtschaft in Deutschland weiter stärke und ausbaue. Sie verwies darauf, dass es weiter jährlich eine Berichterstattung zur Erfüllung der eingegangenen Verpflichtungen und zu möglichen Fortschritten bei der Umsetzung im Altpapier-Rat geben werde. In diesem Gremium, das über die Einhaltung der Verpflichtungen aus der AGRA-PA wacht, sind das Bundesumweltministerium, das Bundeswirtschaftsministerium, das Umweltbundesamt, die Bundesländer und die kommunalen Spitzenverbände vertreten.

- DIE PAPIERINDUSTRIE e. V. / Gesellschaft für Papier-Recycling mbH (GesPaRec)
- Verein der Deutschen Papierimporteure (P.R.INT.)
- Bundesverband des Deutschen Papiergroßhandels
- Bundesverband Druck und Medien (bvdm)
- Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV)
- Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA)
- Medienverband der freien Presse e.V. (MVFP)
- Gesamtverband Pressegroßhandel e.V. (GVPG)
- Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevh)
- Börsenverein des Deutschen Buchhandels

Presse-Grossist Jan Carlsen zieht sich aus Verbandsarbeit zurück

GROSSO-VERBAND WÜRDIGT VERDIENSTE DES LANGJÄHRIGEN VORSTANDSMITGLIEDS

Die Mitglieder des Grosso-Verbandes verabschiedeten auf ihrer Versammlung am 25. April 2023 in Köln den Kollegen Jan Carlsen. Der Kieler Unternehmer zieht sich aus persönlichen Gründen aus dem Verbandsvorstand und aus der betriebswirtschaftlichen Kommission zurück. Die operative Leitung der Kommission übernimmt ab sofort sein langjähriger BWK-Kollege Thorsten Mauch, Presse-Grosso Südwest.

Die versammelten Presse-Grossisten würdigten die außerordentlichen Verdienste von Jan Carlsen für den Berufsstand. In Anerkennung seines langjährigen ehrenamtlichen Engagements zeichnete die Mitgliederversammlung den Presse-Grossisten aus Kiel mit der Ehrennadel aus. "Lieber Jan Carlsen, im Namen aller Kollegen und ganz persönlich bedanke ich mich für die gemeinsame Zeit, in der wir wichtige Errungenschaften für unseren Berufsstand durchsetzen konnten", erklärte der Vorstandsvorsitzende Frank Nolte in seiner Laudatio. "Unternehmerische Verantwortung und Unabhängigkeit sind Werte, die Du stets glaubhaft vertrittst, für die Du Dich auch gegen Widerstände stark machst. Du hast Dir hohe Verdienste für den Erhalt der Wirtschaftlichkeit des Pressegroßhandels als Garanten für Pressefreiheit und Pressevielfalt erworben.", so Nolte.

Thorsten Mauch richtete aus Sicht der BWK persönliche Worte an seinen Kollegen und langjährigen Vorstand. Engagiert und meinungsstark habe Jan Carlsen an der Weiterentwicklung der Konditionen und Leistungen mehr als zwei Jahrzehnte erfolgreich mitgewirkt. "Lieber Jan, wir akzeptieren mit Bedauern Deine Entscheidung. Ich bin Dir persönlich sehr dankbar für die vielen Jahre der engen, freundschaftlichen Zusammenarbeit! Wir werden Deine pointierten Beiträge vermissen." Jan Carlsen engagierte sich bereits als Jungunternehmer für den Berufsstand des Pressegroßhandels. 1998 berief ihn der damalige Verbandsvorstand in die BWK, deren Leitung er 2012 übernahm. 1999 wurde er zum Sprecher der damaligen Bezirksgrup-



Jan Carlsen (Mitte) im Kreis seiner ehemaligen Vorstandskollegen: Vincent Nolte, Frank Nolte und Andreas Obervoßbeck (v.li.n.re.) und dem Kollegen Thorsten Mauch (2.v.li.) aus der Betriebswirtschaftlichen Kommission

pe Nord, später der Regionalgruppe Nord, des Bundesverbandes Presse-Grosso gewählt. Jan Carlsen ist seit 2011 Mitglied des Vorstandes des Bundesverbandes Presse-Grosso, ab 2019 Vorstandsmitglied des Gesamtverbandes Pressegroßhandel. Der Gesamtverband Pressegroßhandel besteht nach dem Ausscheiden von Jan Carlsen aus dem Vorsitzenden Frank Nolte (SZZ), seinem Stellvertreter Vincent Nolte (Presseservice Nord) und Andreas Obervoßbeck (QTRADO).

Diplomat und Macher: Frank Nolte

PRESSE-GROSSISTEN WÜRDIGTEN LANGJÄHRIGEN VORSITZENDEN
FRANK NOLTE FÜR SEINE VERDIENSTE FÜR DEN BERUFSSTAND I
MITGLIEDER DES BUNDESVERBANDES ERNANNTEN NOLTE ZUM EHRENPRÄSIDENTEN

"Wertschätzung und Anerkennung" – Thomas Kirschner (li.) übergibt Frank Nolte die Urkunde mit der Ernennung zum BVPG-Ehrenpräsidenten



Der langjährige Vorsitzende des Grosso-Verbandes Frank Nolte wurde auf der Mitgliederversammlung am 13. September 2023 für seine außerordentlichen Verdienste für den Berufsstand und die Branche feierlich gewürdigt. Nolte hatte sich nach 19 Jahren in Spitzenämtern des Verbandes nicht erneut zur Wahl für ein Vorstandsamt gestellt.

"Frank Nolte hat sich um die Vielfalt, Überallerhältlichkeit und Unteilbarkeit der Presse sowie um die Stärkung und Weiterentwicklung unseres Pressevertriebssystems hochverdient gemacht", hob Thomas Kirschner in seiner Laudatio die Verdienste des langjährigen Verbandschefs und Presse-Grossisten hervor. Der geschäftsführende Gesellschafter der PVG Group dankte Frank Nolte im Namen aller Mitglieder mit sehr persönlichen Worten für sein außergewöhnliches Engagement und sein erfolgreiches Wirken. "Mit diplomatischem Geschick führst Du Interessen, Menschen und Unter-



Vincent Nolte (re.) überreicht Frank Nolte ein Dankesgeschenk im Namen der Grosso-KollegInnen nehmen zum Wohle des Berufsstandes und der Branche insgesamt zusammen - auch gegen Widerstände. Weit über den Kollegenkreis hast Du Dir hohe Wertschätzung und Anerkennung erworben", so Kirschner. Er überreichte Frank Nolte auf der anschließenden Versammlung des Bundesverbandes Presse-Grosso im Namen aller Mitglieder die Ehrenurkunde zur Ernennung zum Ehrenpräsidenten des Verbandes. Frank Nolte hat in verschiedenen Funktionen, als Bezirksdelegierter, in der Marketing-Kommission, ab 2004 als Mitglied des Vorstandes, ab 2009 als 1. Vorsitzender des Grosso-Verbandes sowie ab 2019 zusätzlich als Vorsitzender des Gesamtverbandes, an verantwortungsvoller Stelle den Pressevertrieb in der Bundesrepublik mitgeprägt. Seine besonderen Kenntnisse und Fähigkeiten stellte er stets kollegial in den Dienst der Sache. In seiner Amtszeit fiel das

Erreichen wegweisender Meilensteine für das Presse-Grosso wie die Normalisierung der Beziehungen zu wichtigen Verlagspartnern nach einer Phase rechtlicher Auseinandersetzungen, die höchstrichterliche und gesetzliche Sicherung wichtiger Systemgrundlagen, strukturelle Reformen des Pressevertriebssystems, der Abschluss mehrerer Branchenvereinbarungen sowie die Vereinigung aller Pressegroßhändler unter dem Dach des 2019 gegründeten Gesamtverbandes Pressegroßhandel. Frank Nolte nahm sichtlich bewegt den Dank seiner Kollegen sowie aus der Hand seines bisherigen Stellvertreters Vincent Nolte das Präsent der Mitglieder – eine geführte Skihochtour in den italienischen

Alpen – entgegen. Er dankte für das langjährige Vertrauen in seine Person sowie für die tatkräftige Unterstützung durch seine Kollegen und das Hauptamt. "Lieber Thomas Kirschner, vielen Dank für Deine persönlichen Worte, die mir viel bedeuten. Liebe Kollegen, Sie alle haben mir heute eine große Freude bereitet", erklärte Nolte. Dem neuen Führungsteam wünsche er viel Erfolg für die Bearbeitung anstehender Herausforderungen. Er habe volles Vertrauen in die handelnden Personen. Der Grosso-Verband sei eine leistungsstarke und effiziente Interessengemeinschaft. Die Mitwirkung in den Verbandsgremien habe er als Bereicherung empfunden. "Der Pressegroßhandel hat eine vielversprechende Perspektive, wenn wir Presse-Grossisten weiter beweglich, mutig und geschlossen agieren", schloss Nolte seine Ausführungen.



Die Verlagsbranche dankt Frank Nolte

"Mein Dank gilt Frank Nolte für seinen unermüdlichen Einsatz im Miteinander von Grosso und Verlagen zur Fortentwicklung des Pressevertriebssystems. Er ist ein Diplomat und Krieger, auf dessen Wort man uneingeschränkt zählen kann."

Philipp Welte,
Vorstand Hubert Burda Media und
Vorstandsvorsitzender Medienverband der freien Presse

GV

"Frank Nolte ist ein leidenschaftlicher Verfechter, ja man kann sogar sagen Liebhaber der unabhängigen freien Presse, die er immer als unteilbar verstanden hat. Für die Funke Mediengruppe danke ich Frank Nolte von ganzem Herzen für seinen enormen Einsatz in den vergangenen Jahren."

> Julia Becker, Verlegerin der Funke Mediengruppe

"Auch von uns als Mediengruppe Klambt und mir ganz persönlich, lieber Frank, allerherzlichsten Dank für die langen Jahre bester, vor allem immer vertrauensvoller Zusammenarbeit."

> Lars Rose, Verleger Mediengruppe Klambt

"Die Diskussionen zwischen dem Jahreszeiten Verlag und dem Grosso-Vorstand waren in der Vergangenheit häufig leidenschaftlich und kontrovers. Durch Ihre Weitsicht und diplomatischgeschickte Moderation, lieber Herr Nolte, wurden sie konstruktiv und fruchtbar."

> Sebastian Ganske, Verleger Jahreszeiten Verlag



"Frank Nolte war fast 15 Jahre als erster Vorsitzender des Grosso-Verbandes das Gesicht des Presse-Grosso und hat dies über die Jahre entscheidend mitgestaltet. Keine einfache Zeit für die bis dato erfolgsverwöhnte Branche, doch Frank Nolte kann mit Stolz von sich behaupten, sehr viel für seine Verbandsmitglieder erreicht zu haben. Hart in der Sache – leicht nachvollziehbar, dass uns seine Vorstellungen nicht immer gefielen - ging es ihm gleichzeitig immer um pragmatische Lösungen. Mit seinem smarten Auftreten kann er seine Mitmenschen schnell für sich gewinnen – das meine ich im besten Sinne. Hier und jetzt sage ich Frank Nolte "Herzlichen Dank" für die gute Zusammenarbeit, den gemeinsamen Weg und wünsche ihm für die Zukunft persönlich alles Gute!"

Ingo Klinge, CEO Bauer Media Group Publishing Deutschland

99

"Die gemeinsamen Wurzeln in der Region verbinden und führten zu einem immer vertrauensvollen Verhältnis zur Familie Nolte. Durch die Fusion im Pressegroßhandel wechselte der Standort der Firma – die guten Beziehungen blieben aber ein wichtiges Element für unser Haus."

Dr. Wolfgang Röhm, Verleger Sindelfinger Zeitung / Böblinger Zeitung

"Erfahrungen und Fachwissen, Engagement für unsere Branche, Netzwerkaufbau, Innovationsorientierung, Kommunikation und Transparenz: Seine umfangreiche Expertise hat Frank Nolte über viele Jahre hinweg zu einem überaus geschätzten Vorsitzenden des Grosso-Verbandes gemacht. Ich danke ihm für die sehr gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit auch und gerade in den oft schwierigen Verhandlungen zwischen Verlagen und Presse-Grosso."

> Thomas Hass, Geschäftsführer Spiegel-Verlag

"Frank Nolte begleitet mich so ziemlich mein ganzes Berufsleben lang. Immer mal wieder ganz eng, wenn Spannenverhandlungen anstanden, kontinuierlich mit etwas Abstand in der Beobachtung seines Wirkens in der Branche. Die Gespräche waren durchgängig von gegenseitigem Verständnis, Vertrauen und Fairness geprägt. Diese Werte zeichneten neben seiner überragenden Kompetenz gepaart mit gesundem Pragmatismus aus meiner Sicht auch seine Arbeit für den Grosso-Verband aus."

Dr. Volker Breid, Geschäftsführer FAZ

GROSSO-VORSTAND FRANK NOLTE:

"Es liegt Veränderung in der Luft"

Die Mitglieder des Gesamtverbandes Pressegroßhandel berieten auf ihrer Hauptversammlung am 25. April in Köln über die Umsetzung des neues Zeitschriftenkonditionenabkommens, über aktuelle Projekte sowie die Zukunft des Berufsstandes.

Der Verbandsvorsitzende Frank Nolte bewertete in seiner Eröffnung die neue Branchenvereinbarung für den Zeitschriftenvertrieb als notwendigen Schritt, um das System und die Grosso-Betriebe zu stabilisieren sowie Investitionen in die Transformation einzuleiten. Die Laufzeit von zwei plus eventuell einem Jahr verschafften Verlagen und Presse-Grosso Planungssicherheit. Ein "Weiter so" könne es gleichwohl nicht geben. Ganz im Gegenteil freue er sich über die auf verschiedenen Zukunfts-Workshops herausgearbeitete Veränderungsbereitschaft des Berufsstandes und der Unternehmen, die die Transformation aktiv gestalten wollen. Der Presse-

großhandel stehe generell auch für Gespräche über spartenübergreifende Kooperationen zur Verfügung. Denn die Rahmenbedingungen seien in anderen Sparten ähnlich. Der teilweise Rückzug von Bertelsmann bzw. RTL aus dem Zeitschriftengeschäft sowie die jüngsten Meldungen aus dem Springer-Konzern zur

Konzentrierte Debatte auf der GVPG Hauptversammlung am 24. April 2023 in Köln



weiteren Digitalisierung belasteten unnötig das Image der Printmedien und erschwerten die Arbeit der Presse-Grossisten bzw. Großkundenbetreuer, LEH-Konzerne weiter für Print zu begeistern oder gar neue Vertriebslinien zu erschließen. Er sei aber zuversichtlich, dass man die aktuelle Durststrecke überwinden und gemeinsam mit Verlagen neue Impulse für den Handel setzen könne. Ob betriebswirtschaftliche Verhandlungen, Großkundenbetreuung, Datenmanagement oder Recht und Öffentlichkeitsarbeit - Vorstand, Kommissionen und Hauptamt hätten gerade in den letzten 24 Monaten hart gearbeitet, um die Interessen des Berufsstandes bestmöglich durchzusetzen. Der Verband sei gleichsam das beste Beispiel für die Vorteile der Kooperation. Hier müsse auch in Zukunft vieles gebündelt werden.

Nach Vorträgen des scheidenden BWK-Vorstandes Jan Carlsen sowie Kollege Thorsten Mauch und Geschäftsführer Michael Hoffmann zur Umsetzung des neuen Spannenabkommens und zu weiteren betriebswirtschaftlichen Fragen schloss sich eine Aussprache an.

Nach der Pause folgten Beiträge der Großkundenbetreuer Udo Schlaghecken, Axel Muss und Marketing-Referent Elmar Mathews zu aktuellen Themen der Großkundenbetreuung. Marktanalyse-Vorstand Andreas Obervoßbeck und Data-Analyst Georg Dohmes berichteten über Überlegungen zur Anpassung von VMP sowie das Projekt Power-BI. Verbandsgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht erläuterte den offenen Stand der Presseförderung, berichtete über die Fortschreibung der freiwilligen AGRAPA-Selbstverpflichtung und ging auf PR-Maßnahmen zur Woche der Meinungsfreiheit sowie zum Jubiläum 20 Jahre Zeitschriften in die Schulen ein.

Ferner verabschiedete die Mitgliederversammlung den Jahresabschluss 2022 und das Budget für das Geschäftsjahr 2023. Angesichts inflationsbedingt vermutlich weiter steigender Kosten müsse man zukünftig Projekte und Themen überprüfen, neu bewerten oder anders priorisieren, erklärte Finanzvorstand Vincent Nolte.

Frank Nolte kündigte in seinem Schlusswort in eigener Sache an, bei den im Herbst 2023 anstehenden Vorstandswahlen nicht erneut zu kandidieren. Er habe sich diese Entscheidung nicht leicht gemacht. In seiner rund 20jährigen Tätigkeit im Verbandsvorstand, davon 14 Jahre als Vorstandsvorsitzender,



Austausch unter Kollegen: Udo Schlaghecken (PVG) und Stefan Schmerkötter (PDG) beraten sich in der Pause

habe er gemeinsam mit den Kollegen im Ehren- und Hauptamt zur Fortentwicklung des Vertriebssystems und des Berufsstandes beitragen können. Die Vertretung der Interessen des Berufsstandes habe er stets gerne und aus voller Überzeugung übernommen. Nun sei es an der Zeit, die Verantwortung an Kollegen zu übergeben, die den Pressegroßhandel in die Zukunft führen. Er freue sich darauf, auf der Grosso-Jahrestagung letztmalig Gastgeber zu sein, bleibe im Übrigen dem Berufsstand verbunden und stehe bei Bedarf für Sonderprojekte zur Verfügung, erklärte Nolte nach einem langanhaltenden Applaus der Mitglieder, die sich spontan von den Stühlen erhoben. Die Verbandsstatuten sehen vor, dass die Geschäftsführung in den nächsten Monaten personelle Vorschläge sammelt und in Abstimmung mit dem amtierenden Vorstand rechtzeitig vor der Versammlung am 12./13. September einen Wahlvorschlag vorlegt.

GROSSO-JAHRESTAGUNG 2023 IN WIESBADEN

Tempo machen, Bündnis stärken

Trotz schwieriger Umfeldbedingungen zeigte sich Frank Nolte auf der Grosso-Jahrestagung des Gesamtverbandes Pressegroßhandel (GVPG) am 12./13. September in Wiesbaden kämpferisch. "Wir alle arbeiten hart gegen den Trend." Eine Fortsetzung der gemeinsamen Zusammenarbeit sei auch in Zukunft die bestmögliche Alternative für alle Verlage. "Ich bin überzeugt davon, dass wir sachgerechte Lösungen finden mit weiterer Zentralisierung und Standardisierung von Systemleistungen", so der Grosso-Vorsitzende. Wichtig sei, übergreifender zu denken und noch stärker zu kooperieren.

Die seit März geltende "Branchenvereinbarung mit Augenmaß", auf die sich die Medienallianz und der GVPG nach harten Verhandlungen geeinigt hatten, stellt in den nächsten Jahren einen flächendeckenden und diskriminierungsfreien Pressevertrieb sicher. Doch schon heute sind die Herausforderungen für die Zeit danach greifbar – und sie wurden auf

der Bühne ebenso wie in persönlichen Gesprächen bei der Jahrestagung im RheinMain CongressCentrum Wiesbaden thematisiert.

Deutlich wurde in etlichen Reden, wie angespannt die Lage in Wirtschaft und Gesellschaft derzeit ist. Extreme Meinungen und Ansichten seien auf dem Vormarsch, Fake News und Hate-Speech ein wachsendes Problem. "Der gesellschaftliche Konsens droht zu zerfallen", befand Frank Nolte. Besorgt zeigte sich auch Philipp Welte,



Philipp Welte, Vorstand Hubert Burda Medien und Vorstandsvorsitzender des Medienverbands der freien Presse (MVFP) erläutert seine Sicht auf den Markt



Der Redakteur und Fernsehmoderator Markus Brock führte charmant durch die Veranstaltuna

Vorstand Hubert Burda Medien und Vorstandsvorsitzender des Medienverbands der freien Presse (MVFP). Wirtschaftswachstum, Geschäftsklimaindex oder Verbrauchernachfrage entwickeln sich wenig erfreulich. Die Stimmung im Land bezeichnete Welte gar als "katastrophal", und er sorgt sich um den Zustand der liberalen Demokratie.

Im vergangenen Jahr habe es eine Rekordzahl an Übergriffen gegen Journalisten gegeben. Welte warnte, dass in den digitalen, speziell den sogenannten sozialen Medien – auch durch den Einsatz von KI – "ein Tsunami an massenhaft produziertem Müll" entstehen kann. Mehr denn je seien die Verlage gefordert, die Menschen mit journalistisch erzeugten,

vertrauenswürdigen Medienmarken zu überzeugen. Einer vielfältigen Presselandschaft und einem intakten Pressevertriebssystem kommen in solchen Zeiten umso mehr Bedeutung zu, betonte Frank Nolte. Das Presse-Grosso sorge zuverlässig dafür, dass Printerzeugnisse in der richtigen Menge überall vor Ort verfügbar sind. Allerdings mahnte der GVPG-Chef, "können wir diese systemrelevante Funktion nur so lange wahrnehmen, wie wir wirtschaftlich arbeiten können".

Laut Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA) erreichen alle Printmedien mit einer Ausgabe im Durchschnitt immer noch über 80 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre. Wahr ist aber auch: Vor allem die junge Generation

nutzt verstärkt andere Medien(-kanäle), Inhalte werden im Digitalen flüchtiger konsumiert. Das hat Folgen. Es sei deprimierend, "wie schlecht selbst erwachsene Menschen inzwischen schreiben", so Philipp Welte. "Das hat damit zu tun, dass sie nicht mehr lesen." Das wiederum spiegelt sich in den Zahlen der Branche. Der Printmarkt schrumpft weiter. Zum beschriebenen strukturellen Problem kommt hinzu, dass Verbraucher auf Krieg und Inflation reagieren, indem sie weniger und kostenbewusster konsumieren. Das schlägt auf das Presse-Grosso durch. "Das Geschäftsjahr 2022 war für uns alle ein absoluter Tiefpunkt", sagte Nolte. Eine echte Wende ist nicht in Sicht, auch wenn der Umsatz mit Presse im ersten Halbjahr 2023 mit minus vier Prozent weniger stark zurückgegangen ist als im Vorjahreszeitraum.



Sportwissenschaftler Prof. Dr. Stephan Geisler referierte über "Bewegung als Medikament"



Verleger Lars Rose, Mediengruppe Klambt: "Es darf keine Denkverbote geben"

Er habe noch nie innerhalb von zwei Jahren "solch dramatische Rückgänge im Werbemarkt und bei den Auflagen erlebt", berichtete Lars Rose, Verleger der Mediengruppe Klambt. Der wirtschaftliche Spielraum für die Verlage werde enger, höhere Vertriebskosten seien nicht tragbar. Mit Blick auf die Zukunft des Pressevertriebssystems sagte Rose: "Es darf keine Denkverbote geben." Der Verleger selbst hat erst letztes Jahr durch die Übernahme des Delius Klasing Verlags gezeigt, dass er vom Potenzial starker Printmarken und des Printvertriebs überzeugt ist. Klambt gehört zu den marktführenden Zeitschriftenverlagen im Einzelverkauf und bezeichnet sein mittelständisches Unternehmen als "tief verwurzelt im Vertrieb".

Frank Nolte zeigt sich im Namen des Grossos offen für vieles, "Lassen Sie uns ein neues Bündnis schließen. Ein nationales Bündnis, das den Pressevertrieb moderner, effizienter und zukunftsfest macht", formulierte er an die Adresse der Partner. Wenn bis zum Ende der Laufzeit konkrete Schritte umgesetzt sein sollen, "dann müssen wir jetzt mehr Tempo machen", bekräftigte Nolte, der sich nach 14 Jahren im Amt nicht mehr zur Wahl stellt. Seine letzte Rede als Vorsitzender quittierten die über 200 Mitglieder und Gäste im Saal mit stehendem Applaus. Philipp Welte bedankte sich ausdrücklich beim scheidenden GVPG-Chef für dessen unermüdlichen Einsatz im Miteinander von Grosso und Verlagen zur Fortentwicklung des Pressevertriebssystems. Er sei ein "Diplomat und Krieger, auf dessen Wort man uneingeschränkt zählen kann".

Was Print alles kann, zeigte Chefredakteur Gregor Peter Schmitz bei seinem Streifzug durch "75 Jahre Stern". Das Magazin bleibe auch im neuformierten RTL-Verbund das journalistische Flaggschiff. Dass RTL rund 30 Millionen Euro investiert und 40 Stellen schafft, um mit dem digitalen Bezahlangebot Stern+ bis 2026 rund 100.000 Abonnenten zu gewinnen, sei aber keineswegs eine Absage an Print. Schmitz: "Im Magazin erzählen wir die großen Geschichten, und als Marke wird der Stern in verschiedenen Formaten und Geschwindigkeiten unterwegs sein."

Buchstäblich von den Sitzen riss der Vortrag von Sportwissenschaftler Stephan Geisler, der nicht nur über "Bewegung als Medikament" referierte, sondern seine Zuhörer zum Mitmachen motivierte.





Die Gäste der Jahrestagung verfolgten die Vorträge mit großem Interesse

Sebastian Ganske, Verleger des Jahreszeitenverlags, gewährte Einblicke ins Geschäft mit Premiummarken. Dabei ging er auf den gerade abgeschlossenen Umbau des nun höherpositionierten Reisemagazins "Merian" ein und zeigte, wie Spezialwissen und Metadaten über Einzelhändler, deren Umfeld sowie saisonale und regionale Besonderheiten den Zeitschriftenverkauf ankurbeln können. Gunnar Brune von Tricolore Marketing und Experte für Künstliche Intelligenz, klärte erst über Missverständnisse und (Falsch-)Definitionen auf, um danach an praktischen Beispielen darzulegen, wie Prozesse und Produktentwicklung durch KI schneller, innovativer und effizienter werden können.



Verleger Sebastian Ganske (Jahreszeitenverlag) gewährte Einblicke in das Geschäft mit Premiummarken



Marketing-Experte Gunnar Brune von Tricolore Marketing erkläre KI an praktischen Beispielen

Zum Abschluss feierte der Gesamtverband Pressegroßhandel eine Premiere: Zusammen mit der "Rundschau für den Lebensmittelhandel" und weiteren Partnern, darunter der MVFP, zeichnete er "Deutschlands beste Presseregale" in vier Kategorien

aus. Der Edeka-Markt Niemerszein in Hamburg, der Edeka-Center Wucherpfennig in Hannover, das SB-Warenhaus Globus in Freilassing und die Tankstelle Aral TS Auto Meiringer in Schwabmünchen wurden unter mehr als 70 Bewerbern zu Siegern gekürt.





GROSSO-TREFF 2023 -

GV PG The second of the second

Ein fröhlicher und kommunikativer Abend mit gutem Essen wartet auf die Gäste der "Villa im Tal"



Jürgen Kieslich (SZZ Süddeutsche Zeitungszentrale) mit Kai-Christian Albrecht (GVPG) und André Jost (Jost Pressevertrieb) (v.li.n.re.)



Karsten Vogt (Bauer), Marek Pergande (Dt. Bauernverlag), Maik Plonszew (Bauer), Mark Schrader (Bauer) und Chrstian Behr (RTL, Gruner+Jahr) (v.li.n.re.)

VILLA IM TAL



Jürgen Baumann (Burda), Joachim Sander, Lisa Kurth (beide 4Press), Axel Muß, Katharina Horsch-Littig (beide Frankenthaler PV) und Elmar Mathews (PGM) (v.li.n.re.)



Freuen sich auf den Abend: Bianca Pohlmann, (Funke), Kerstin Gajewi und Anna Lena Fielitz (beide Burda) (v.li.n.re.)



Auch TWI-Geschäftsführer Wibke Eberhard und Nils Buck fühlen sich wohl in der "Villa im Tal"



Werner Hirschberger, MZV (Ii.) und Ulrich Stemmler, QTRADO bei der Ankunft in der "Villa im Tal"



Robert Herpold (Grossounion Nord) (Ii.) und Vincent Nolte (Presseservice Nord)



Zwei, die sich gut verstehen: Frank Nolte (li..) mit Vater Dr. Eberhard Nolte



Das Team der "Villa im Tal" sorgten für ein kuliarisches Erlebnis



Beate Wurst (GVPG), Beate Zachris, (PGM), Silke Lauterbach (Mercura Mietke), Frank Schmalenberger (Fritzenschaft) und Jürgen Baumann (Burda) in fröhlicher Runde (v.li.n.re.)



Entspannt beim Tischkicker: Sebastian Ganske (Ganske Verlagsgruppe) (Mi). und Thomas Reuter (Freizeit Media Verlag) mit anderen Gästen



75 Jahre STERN

"Das Magazin STERN bleibt für uns der zentrale Faktor. Qualitätsjournalismus soll unser Heft beflügeln." Gregor Peter Schmitz, Vorsitzender Chefredakteur STERN auf der Grosso-Jahrestagung 2023

Der STERN bedankte sich mit einer kleinen Geburtstagsfeier bei den Grossisten für ihren Einsatz und ihre Verbundenheit, indem er den Business Lunch der Jahrestagung 2023 sponsorte.



Fachaussteller

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

Folgende Firmen waren 2023 vertreten:

Axon Machine Vision GmbH & Co. KG

 $\label{thm:constraint} \mbox{TechnologiePark 32/F, Friedrich-Ebert-Straße}$

75, 51429 Bergisch Gladbach Tel.: 02204 / 20173-12

WWW.dxon-mv.com

Ansprechpartner: Bernd Kluthe

Dienstleistung: Flexible visuelle Objekterkennung für große Produktsortimente in Logistik,

Produktion und Handel

BearingPoint GmbH

Speicherstraße 1, 60327 Frankfurt

Tel.: 030 / 880041070 www.bearingpoint.com/de-de Ansprechpartner: Jörg Kubenka

Dienstleistung: Unabhängige Management- und Technologieberatung mit europäischen Wurzeln

forlinQ/Qtrado

Hornpottweg 5, 51375 Leverkusen

Tel.: 0214 / 31200-0 www. forling.de

Ansprechpartner: Michael Mertins Dienstleistung: App für den Presse-

Einzelhändler

Gold Key Media

Heinrich-Fuchs-Straße 96, 69126 Heidelberg

Tel.: 06221 / 339390 www.goldkeymedia.de Ansprechpartnerin: Erika Mayr

Dienstleistung: Sondervertrieb, Vertriebsmarke-

ting Printmedien

SAVE THE DATE

Nächste Grosso-Jahrestagung am 24./25. September 2024 in Wiesbaden

Die Grosso-Jahrestagung 2024 findet am 24./25. September statt. Die Pressegroßhändler und ihre Partner kommen zum fünften Mal in der hessischen Landeshauptstadt Wiesbaden im RheinMain CongressCentrum (RMCC) zusammen.

Der öffentliche Teil mit Abendveranstaltung ist am 24. September 2024 vorgesehen. Am 25. September 2024 ist eine Mitgliederversammlung geplant.







HS News Systems GmbH

Bahnhofstr. 200, 04451 Borsdorf

Tel.: 034291 / 335730 www.hsnews.no

Ansprechpartner: Reidar Kylstad

Dienstleistung: automatische Intralogistiksys-

teme

Presse-Fachverlag

Nebendahlstr. 16, 22041 Hamburg

Tel.: 040 / 6090090 www.presse-fachverlag.de

Ansprechpartnerin: Frau Mevlüde Yüce Dienstleistung: Vertrieb, Verkauf, Marketing

Presse Pioniere

Arabellastr. 23, 81925 München

Tel. 0151 / 10543427 www.pressepioniere.de

Ansprechpartner: Marcel Kesting Dienstleistung: Presse am PoS

Seeburger AG

Edisonstr. 1, 75015 Bretten Tel.: 07252 / 961150 www.seeburger.de

Ansprechpartner: Reinhard Pawelzik Dienstleistung: Softwareunternehmen

TWI

Industriestraße 6, 76189 Karlsruhe

Tel.: 0721 / 950770 www.twi-germany.com

Ansprechpartner: Wibke Eberhard, Nils Buck,

rudeck@twi-germany.com

Dienstleistung: Kommissionier- und Remissi-

onstechnik

Presse-Grossisten wählen dreiköpfiges Vorstandsteam

Die Mitglieder des Gesamtverbandes Pressegroßhandel haben auf der ordentlichen Mitgliederversammlung des Verbandes am 13. September 2023 in Wiesbaden einen neuen Vorstand gewählt.

Vincent Nolte, geschäftsführender Gesellschafter Presseservice Nord in Bremen und Andreas Obervoßbeck, geschäftsführender Gesellschafter QTRADO in Leverkusen, wurden im Amt bestätigt. Neu in den Vorstand wählten die Mitglieder Thorsten Mauch, geschäftsführender Gesellschafter Presse-Grosso Südwest in Heidelberg. Der langjährige Vorstandsvorsitzende Frank Nolte trat, wie von ihm im Frühjahr angekündigt, aus persönlichen Gründen nicht erneut zur Wahl an.

Die Mitglieder des Gesamtverbandes Pressegroßhandel wählten am 13. September 2023 einen neuen Vorstand



Die Mitglieder des neuen Vorstandes werden den deutschen Pressegroßhandel in der bis 2025 laufenden Wahlperiode gemeinschaftlich vertreten. Im Führungsteam ist Vincent Nolte für Finanzen und Marketing, Andreas Obervoßbeck für Marktanalyse und Thorsten Mauch für Betriebswirtschaft zuständig. Die Aufgaben im Bereich Public Affairs, PR und Recht nimmt der Vorstand arbeitsteilig mit der

Der neue Vorstand des Gesamtverbandes Pressegroßhandel: Vincent Nolte, Thorsten Mauch, Andreas Obervoßbeck (v.li.n.re.)

Verbandsgeschäftsführung wahr.

Die neue Verbandsführung kündigte in einem gemeinsamen Statement an, sich für faire Rahmenbedingungen für den Pressevertrieb und für zukunftsweisende Branchenregelungen mit Verlags- und Einzelhandelspartnern einzusetzen. Ferner werde der Verband Projekte zur Digitalisierung und Harmonisierung der Geschäftsprozesse forcieren sowie die Mitglieder dabei unterstützen, zusätzliche Wertschöpfung zu generieren.

"Wir stehen vor entscheidenden Weichenstellungen für die Zukunft des Pressevertriebssystems und der Unternehmen. Alle Kollegen sind aufgefordert, sich aktiv einzubringen," erklärte Vincent Nolte im Namen seiner Vorstandskollegen. "Die Verbandsführung und -Gremien übernehmen für die Mitglieder wichtige unternehmerische Funktionen. Der Input und Support aus der Praxis sind ein wichtiger Schlüssel zum gemeinsamen Erfolg."

Verbandsgremien



Das Ressort Marktanalyse: Joshua Thos, Stefan Schmerkötter, Andreas Obervoßbeck, Georg Dohmes und Frank Neureither (v.li.n.re.) sowie Henning Essmeyer (nicht abgebildet)

Die Initiative des neuen Verbandsvorstandes zur personellen Verstärkung der Gremien hat das Interesse zur Mitarbeit im Ehrenamt im Kreis der Mitgliedsunternehmen belebt. Die Fachressorts Marketing und Marktanalyse sowie die Betriebswirtschaftliche Kommission erfuhren in den letzten Monaten kompetente Unterstützung durch neue Mitglieder. Das Zusammenspiel der Experten aus der Praxis mit dem kompetenten hauptamtlichen Team ist ein wichtiger Schlüssel für eine erfolgreiche Vertretung der Interessen der Mitglieder in übergeordneten Themen und vertriebspraktischen Fragen.



Vermittler zwischen den Einzelhandelsfilialisten, den Grosso-Firmen und Verlagen und Partner des filialisierten Einzelhandels Der Arbeitskreis Großkundenbetreuung: Roland Klöß, Jürgen Sauter, Markus Medritzky, Elmar Mathews. Axel Muß, Frank Nolte, Udo Schlaghecken (Sprecher) (v.li.n.re.)



Die Mitglieder der BWK (Betriebswirtschaftliche Kommission): Thorsten Mauch, Dirk von Rüden, Martin Schuster, Michael Hoffmann (v.li.n.re.)

Verbandsgeschäftsstelle

Dienstjubiläum

Der Verbandsgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht beging im Jahr 2023 sein 25jähriges Dienstjubiläum. Der Verlagskaufmann und Diplom-Sozialwirt nahm am 16. März 1998 seine Tätigkeit in der Kölner Verbandsgeschäftsstelle als Referent der Geschäftsführung und des Präsidialvorstandes auf.

Der Verbandsvorstand berief Kai-Christian Albrecht mit Wirkung zum 13. April 2000 zum stellvertretenden Geschäftsführer. Von März 2002 bis Dezember 2004 übernahm er zusätzlich die Geschäftsführung der Presse-Grosso Marketing GmbH.

Im September 2007 übernahm Kai-Christian Albrecht von seinem Vorgänger Gerd Kapp die Hauptgeschäftsführung des Bundesverbandes Presse-Grosso.

Er setzte die 2019 eingeleitete Verbandsreform und die Gründung des Gesamtverbandes Pressegroßhandel erfolgreich um.

"Herr Albrecht meistert mit seinem Team die mit dem Wandel verbundenen wechselnden Herausforderungen kompetent und engagiert. Er wirkt bei der Fortentwicklung des Verbandes und der Geschäftsstelle in der digitalen Transformation maßgeblich mit. Dafür sind wir ihm als Berufsstand und ich ganz persönlich zu großem Dank verpflichtet," erklärt Grosso-Ehrenvorstand Frank Nolte anlässlich des Jubiläums.





Alles Gute, Frank Schmalenberger!

Zum Abschluss der Mitgliederversammlung am 13. September 2023 ergriff Frank Schmalenberger das Wort und verabschiedete sich bei den Kolleginnen und Kollegen.

Der langjährige Geschäftsführer des Presse-Grossisten Fritzenschaft & Partner aus Lutherstadt Wittenberg schied Ende September 2023 aus persönlichen Gründen und im besten Einvernehmen aus dem Unternehmen aus. Er stehe dem Inhaber Florian Fritzenschaft zukünftig beratend zur Verfügung.

Der Verbandsgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht bedankte sich in persönlichen Worten bei Frank Schmalenberger für die langjährige partnerschaftliche Zusammenarbeit und das Vertrauen. Der Vertriebsprofi war seit 1993 bei F+P beschäftigt, zunächst als Vertriebsleiter, später als Prokurist und seit 19 Jahren als Geschäftsführer.

"Sie haben das Unternehmen nach der Wende mit aufgebaut, auf Kurs gehalten und wie ein Unternehmer geführt", erklärte Albrecht. Er könne sich noch gut an die erste Begegnung vor rund zwanzig Jahren erinnern, als die damalige Bezirksgruppe Ost tagte und sich Herr Schmalenberger um die An- und Abreise und das Wohl der Delegation der Kölner Verbandsgeschäftsstelle bemühte. Die seinerzeit entstandene persönliche Verbundenheit sei bis heute geblieben. "Wir wünschen Ihnen alles Gute, lieber Herr Schmalenberger!"



Steuerberater Detlef Dix übergibt Mandat an seinen Nachfolger

Der langjährige Steuerberater des Grosso-Verbandes Detlef Dix von der Kanzlei Jansen & Partner in Bergisch-Gladbach hat das Mandat im ersten Quartal 2023 an seinen Nachfolger in der Kanzlei übergeben. Er betreute den Verband seit 1995.

Der Diplom-Betriebswirt und geprüfte Steuerberater hat für den Verband nicht nur die jährlichen Abschlüsse erstellt, sondern diesen in übergeordneten steuerrechtlichen Fragen begleitet und unterstützt. Hervorzuheben sind Projekte wie der Aufbau des Existenzsicherungs-Fonds, die Gründung und spätere Umwandlung der Presse-Grosso Marketing GmbH und die Gründung des Gesamtverbandes Pressegroßhandel, die der Verband auch mit Hilfe der Expertise von Herrn Dix erfolgreich umgesetzt hat.

Kai-Christian Albrecht dankte bei Gelegenheit des Jahresabschlusstermins im Februar 2023 dem scheidenden Steuerberater für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und kompetente Unterstützung in all den Jahren. "Der Grosso-Verband und die PGM danken Ihnen, lieber Herr Dix. Wir wünschen Ihnen und Ihrer Frau für die Zukunft alles Gute." Das Mandat des Grosso-Verbandes und seiner Tochtergesellschaft hat Nicolas Kubitzki übernommen. Der Wirtschaftsprüfer und Steuerberater ist im Jahr 2021 als Partner in die Kanzlei Jansen & Partner eingetreten. Die Kanzlei betreut den Grosso-Verband seit dem 1. September 1994.

Vertriebsräume/Fusionen

Im Geschäftsjahr 2023/2024 wurden folgende Unternehmenszusammenschlüsse vollzogen:

- Die Firma PV Potsdam GmbH &
 Co. KG stellten ihren Geschäftsbetrieb zum 31. Dezember 2022
 ein. Das Vertriebsgebiet wurde ab
 dem 1. Januar 2023 von der Firma
 Verlagsgrosso Nord GmbH & Co.
 KG beliefert.
- Cottbusser Presse Vertrieb GmbH & Co. KG stellte den Geschäftsbetrieb ebenfalls zum 31. Dezember 2022 ein. Hier übernahm die Firma Verlagsgrosso Ost GmbH & Co. KG die Belieferung des Vertriebsgebietes.
- Im Dezember 2023 schlossen sich die Unternehmen Verlagsgrosso Nord GmbH & Co. KG, Verlagsgrosso Ost GmbH & Co. KG und PVB Presse Vertrieb GmbH & Co. KG zu 4Press GmbH & Co. KG zusammen.

Grosso-Gebietskarte Deutschland



Medienarbeit und Publikationen

Publikationen

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

- GROSSO INTERN, wöchentlicher Informationsdienst für Entscheider in Grosso-Unternehmen, Verlagen und Nationalvertrieben sowie für Dienstleister im Bereich Pressevertrieb, Nr. 1 bis 51/2023
- PRESSE-GROSSO JAHRES-CHRONIK 2023
- GESCHÄFTSBERICHT 2022 des Gesamtverbandes Pressegroßhandel

Pressemitteilungen zu branchenrelevanten Ereignissen sowie allgemeinen wirtschaftlichen und politischen Themen des Jahres 2023 und das Pressearchiv sind auf der Homepage des Grosso-Verbandes einzusehen.

Geschäftsbericht 2022

"Welcome back" – Grosso-Verband veröffentlichte Geschäftsbericht 2022 anlässlich der Mitgliederversammlung im April 2023.

Auf über 60 Seiten präsentierte der Gesamtverband Pressegroßhandel in seinem Geschäftsbericht die Highlights, Innovationen, Aktivitäten und Corona-bedingten Anforderungen im Pressegroßhandel aus dem Jahr 1 nach dem großen Lockdown.

Das Jahr 2022 stand nach der Pandemie-bedingten Zwangspause ganz im Zeichen von Kommunikation und Engagement. "Welcome back" – so lautete das ermutigende Fazit der Grosso-Jahrestagung im September 2022 in Wiesbaden, bei der sich die Mitglieder und Partner des Gesamtverbandes Presse-Grosso e.V. erstmals wieder live und persönlich in der hessischen Landeshauptstadt trafen. "Die Redner und Gäste reflektierten die Erfahrungen aus der Corona-Zeit, wonach die Branche "stark, flexibel und kreativ" aufge-



stellt ist. Das persönliche Zusammentreffen und die Kommunikation standen dabei im Vordergrund", erklärt Verbandsgeschäftsführer Kai-Christian Albrecht.

Vorträge, Berichte und Impressionen der Jahrestagung sind im Geschäftsbericht 2022 ausführlich dokumentiert.

Informationen über das branchenpolitische Engagement des Verbandes in Fragen zur Presseförderung, den Einsatz der Pressegrossisten während der "Woche der Meinungsfreiheit" sowie Beispiele aus Datenanalysen des Gesamtverbandes und "Facts und Figures 2022" runden den Geschäftsbericht ab.

Presse-Grosso in 7ahlen 2023

Branchenumsatz zu Abgabepreisen 1.517 Mio. Euro an den Einzelhandel:

davon Presse:

1.470 Mio. Euro

-2,80%

Branchenabsatz in verkauften

Exemplaren:

895 Mio. Expl.

-10,99%

davon Presse:

875 Mio. Expl.

-10,22%

Pro Grosso-Firma durchschnittliche(r)

Umsatz: 101 Mio. Euro Verkaufsstellen: 5.451 Einwohnerzahl: 5,6 Mio. Fläche: 23.803 qkm

Anzahl Grosso Firmen¹: 15 Zahl der Grosso- und Filialgebiete: 43

Anzahl belieferter Verkaufsstellen: 81.763

Einzelhändler je 1.000 Einwohner: 0.97

Wochenumsatz je Verkaufsstelle²: 477 Euro

Jahresumsatz pro Einwohner²: 23.98 Euro

Ordersortiment: ca. 5.000 Präsenssortiment: ca. 1.850

¹ Stand 31.12.2023

² zu Endverkaufspreisen

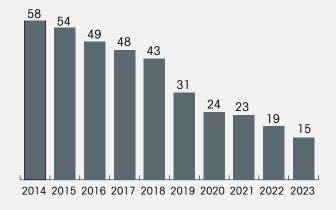
Wirtschaftliche Entwicklung

Der Pressegroßhandel war im Jahr 2023 wie auch bereits im Vorjahr mit einem schwierigen Marktumfeld konfrontiert. Neben den hohen Inflationsraten und daraus resultierenden Kostensteigerungen im Zusammenhang mit dem Ukraine-Krieg war der Pressegroßhandel in besonderem Maße von der allgemeinen Kaufzurückhaltung betroffen, wodurch sich der strukturelle negative Absatztrend durch das sich wandelnde Mediennutzungsverhalten zusätzlich verstärkt hat. So war der Pressegroßhandel in 2023 mit einem zweistelligen Absatzminus konfrontiert. Der Branchenabsatz ging um 110 Millionen Exemplare auf 895 Millionen Exemplare zurück (-10,99 Prozent). Auf das Kernsegment Presse entfiel ein Absatzminus von -10,22 Prozent. Insgesamt wurden 875 Millionen Exemplare Zeitungen und Zeitschriften in den rund 82.000 Presse-Verkaufsstellen in Deutschland verkauft.

Der Branchenumsatz des Pressegroßhandels betrug in 2023 rund 1.517 Millionen Euro und damit rund 52 Millionen Euro weniger als im Vorjahreszeitraum. Dies entspricht einem Umsatzrückgang von -3,27 Prozent. Das im Vergleich zur Absatzentwicklung deutlich abgeschwächte Umsatzminus ist vor allem auf zahlreiche Preisanhebungen zurückzuführen, mit denen die Branche auf die hohen Inflationsraten und damit verbundenen Kostensteigerungen (z.B. auch Papierpreise) reagiert hat. Im Kerngeschäft Presse sank der Umsatz von 1.512 Millionen auf 1.470 Millionen Euro (-2,80 Prozent).

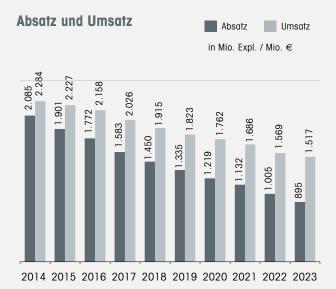
Die Tageszeitungen steuerten in 2023 wie in den Vorjahren rund 30 Prozent des Umsatzes bei, wobei die Tageszeitungen gegenüber den Zeitschriften einen etwas höheren Auflagenrückgang verzeichneten. Das umsatzstärkste Zeitschriftensegment war wie in den vergangenen Jahren die Objektgruppe Frauen/Unterhaltung mit rund 19 Prozent. An zweiter Stelle folgte das Segment der

Anzahl Grossisten 2014-2023



Anzahl Grossisten nach Umsatzgrößenklassen 2023

Umsatzgrößenklasse	Gesamt
bis 50 Mio.	3
von 50 bis 100 Mio. €	6
von 100 bis 150 Mio. €	3
über 150 Mio. €	3
Summe	15



TV-Programmzeitschriften mit einem Anteil von rund 15 Prozent. Eine gegenüber der Marktentwicklung bessere, wenn auch ebenfalls rückläufige Entwicklung konnte bei den Rätsel- und Romanzeitschriften sowie bei der TV-Programmpresse verzeichnet werden. Überproportionale Auflagenverluste waren wie im Vorjahr in den Segmenten Multimedia/Technik, Familie/Tiere sowie den Computerzeitschriften zu beobachten.

Neben seiner thematischen Vielfalt zeichnet sich das Pressesortiment traditionell vor allem durch seine hohe Wandlungsfähigkeit aus. So wurden in 2023 trotz des schwierigen Marktumfeldes wieder über 680 periodische Zeitschriften, Sonderhefte und Sonderpublikationen neu in den Markt eingeführt, wodurch sich aktuelle Thementrends unmittelbar im Pressesortiment widerspiegelten. Gleichzeitig hinterließen die Auflagenrückgänge und Kostensteigerungen jedoch auch im Pressesortiment ihre Spuren. So wurden in 2023 zahlreiche Zeitschriftentitel eingestellt oder aus dem Vertrieb über den Großhandel genommen, so dass die Anzahl der über den Pressegroßhandel vertriebenen Zeitschriftentitel im Saldo rückläufig war.

Eine spürbare Veränderung in der Warenlogistik des Pressegroßhandels brachte die neue Branchenvereinbarung, welche Anfang 2023 zwischen dem Pressegroßhandel und den Zeitschriften-Verlagen geschlossen wurde. Die Vereinbarung hat eine Gültigkeit für den Zeitraum vom 1. März 2023 bis zum 28. Februar 2025 - mit einer Verlängerungsoption bis 2026. Im Rahmen dieses Abkommens wurden unter anderem die Konditionenzuschläge für sehr hohe Remissionsquoten (Anteil der unverkauften Warenmengen) deutlich angehoben, wodurch im Zeitschriftensegment die Remissionsquoten spürbar abgesenkt werden konnten. Im Kernsegment Presse (inkl. Zeitungen) sank die stückmäßige Remissionsquote in 2023 von 46,01 Prozent auf 44,75 Prozent und die wertmäßige Remissionsquote von 53,06 Prozent auf 51,46 Prozent.

Neu eingeführt wurde zudem eine Regelung zur Optimierung der Liefermengenverteilung über die einzelnen Wochentage. Während die Verteilung in der Vergangenheit durch eine markante Lieferspitze zum Erstverkaufstag Mittwoch gekennzeichnet war, auf die im Durchschnitt rund 38 Prozent der Wochenliefermenge entfiel, wurde durch die Neuregelung eine gleichmäßigere Verteilung der Liefermengen über den Wochenverlauf angestrebt. Im Ergebnis konnte mit der seit dem 1. September 2023 in Kraft getretenen Regelung eine geglättete Liefermengenverteilung über die Wochentage Dienstag bis Freitag erreicht werden. Durch die Maßnahme wird insbesondere der presseführende Einzelhandel in der Warenannahme entlastet. Zugleich wird die Regalpflege durch die stärker nach Produktgruppen strukturierte Anlieferung (Objektgruppen) weiter vereinfacht.

Bereits seit Jahren ist der Pressegroßhandel durch einen fortschreitenden Konsolidierungsprozess gekennzeichnet, der sich aufgrund des schwierigen Marktumfeldes auch in 2023 weiter fortgesetzt hat. So ging die Anzahl der Pressegroßhändler in 2023 durch Fusionen und Firmenverkäufe von 19 auf 15 Unternehmen zurück. Gleichzeitig wurden im Rahmen innerbetrieblicher Optimierungen bzw. Zentralisierungen insgesamt 5 Filialbetriebe aufgelöst, so dass sich die Zahl der Grosso-Filialgebiete auf 43 verringerte. Weitere Konsolidierungsmaßnahmen sind angekündigt.

Chronik 2023

Januar

- Verhandlungen zwischen der Medienallianz (G 13) und dem Bundesverband Presse-Grosso über eine neue, ab März 2023 geltende Branchenvereinbarung treten in Schlussphase ein
- Grosso-Verband setzt Zukunftswerkstatt mit Workshops in Frankfurt am Main fort
- BDZV- und ZMG-Studie: Wie Innenstädte Kaufkraft aus dem Umland anziehen
- Erzeugerpreise für Papier gehen erstmals wieder leicht zurück (FAZ)
- Grosso-Fusionsvorhaben: PVB, VG Nord & VG Ost kündigen Zusammenschluss an;
 4press kooperiert mit FPV
- GWB-Reform: HDE sieht im Entwurf der 11. GWB-Novelle die preisdämpfende Wirkung des Wettbewerbs gefährdet; keine Auswirkungen auf Pressefusionskontrolle erwartet
- Stiftung Lesen und Börsenverein des Deutschen Buchhandels fordern zur aktuellen Bildungslage "keine Insellösung, sondern bundesweite Zusammenarbeit"
- Online-Handel: deutscher E-Commerce kann 2022 nicht an die hohen Vorjahresumsätze anknüpfen
- Grosso-Verband gibt Ablauf für Frühjahrstagung in Köln bekannt: GVPG-Mitgliederversammlung und Kollegenabend am 25. April, KOMMT-Gesellschafterversammlung und BVPG-Mitgliederversammlung am 26. April

Februar

- HDE-Konsumbarometer im Februar: Verbraucherstimmung verbessert sich deutlich bleibt aber klar unter Vor-Krisenniveau
- Mercura-Pressegroßhandel Mietke eröffnet neues Fachhandelsgeschäft in der Innenstadt von Löbau
- Grosso-Verband veröffentlicht Ergebnisse seiner Qualitätsoffensive: Pressehändler profitieren von Optimierung der Warenpräsentation
- Presse-Grosso spricht sich für den Fortbestand der von der Einstellung bedrohten G+J-Magazine wie GEO EPOCHE durch andere Verlage bzw. Lizenzmodelle aus: "Wirtschaftlich tragfähige Magazine haben eine Perspektive verdient!"
- Die Medienallianz (G 13) und der Bundesverband Presse-Grosso verständigen sich auf eine neue Branchenvereinbarung für den Vertrieb von Zeitschriften für den Zeitraum 03/2023 bis 02/2025 mit Option zur Verlängerung um ein Jahr Ziel ist die Sicherung des flächendeckenden und diskriminierungsfreien Sortimentsvertriebs
- Axel Springer SE kündigt Umstrukturierungen bei der BILD- und WELT-Gruppe sowie die Einstellung des Ambulanten Sonntagshandels (ASH) an

März

- Der Arbeitskreis Großkundenbetreuung im Gesamtverband Pressegroßhandel launcht eine neue Branchen-App für den Sortiments-Check im filialisierten Einzelhandel. OPTIPRESS entstand in Zusammenarbeit mit dem IT-Dienstleister ConceptNet und hilft bei der Regalpflege des Pressesortimentes
- Staatspresse: Das juristische Fachmedium Libra Das Rechtsbriefing verstößt gegen das Gebot der Staatsferne und wird eingestellt
- Der Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel hat sich nach vorläufigen Daten des Statistischen Bundesamtes zum Jahresauftakt leicht erholt
- Personalmangel und Inflation belasten Unternehmen -Die größte Herausforderung für Vertreter des Wirtschaftsbereichs Logistik ist der Mangel an Fachkräften und Fahrern.
- Preise im Straßengüterverkehr steigen um 13,4 Prozent
 Zwar hat die Normalisierung der Lieferketten im
 vierten Quartal 2022 zu einem Preisrückgang im
 Wirtschaftsbereich Verkehr und Lagerei um
 3,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal geführt
 für das Gesamtjahr ergibt sich allerdings nach
 Angaben des Statistischen Bundesamtes ein Plus von
 9,6 Prozent

April

- Die Mitglieder des Gesamtverbandes Pressegroßhandel beraten auf ihrer Hauptversammlung am 25. April in Köln über die Umsetzung des neues Zeitschriftenkonditionenabkommens, über aktuelle Projekte sowie die Zukunft des Berufsstandes.
- Presse-Grossist Jan Carlsen zieht sich aus Verbandsarbeit zurück
- Grosso-Verband veröffentlicht Geschäftsbericht 2022
 Auf über 60 Seiten präsentiert der Gesamtverband
 Pressegroßhandel in seinem Geschäftsbericht die
 Highlights, Innovationen, Aktivitäten und Corona-bedingten Anforderungen im Pressegroßhandel aus dem
 Jahr 1 nach dem großen Lockdown.
- Staatliche Presseförderung: Finanzielle Unterstützung deutscher Medienhäuser weiter offen
- Data Analyst Joshua Thos neuer Mitarbeiter in der GVPG-Verbandsgeschäftsstelle
- So blüht Bildung: Stiftung Lesen und die Bundesgartenschau 2023 als Partner für die Leseförderung



Mai

- Woche der Meinungsfreiheit vom 3.-10. Mai 2023 "Wir sind dabei!" Presse-Grosso beteiligt sich erneut an der Woche der Meinungsfreiheit
- Cybersicherheit:
 Deutsche Firmen rechnen mit mehr Cyberattacken
- Schweiz plant ab 2026 Tabak-Werbeverbot in Printmedien und Verkaufsstellen
- HDE-Online-Monitor 2023: Umsatz-Prognose für Online-Handel gesenkt

Juni

- Top-Speaker auf der Grosso-Jahrestagung am
 12. September 2023 in Wiesbaden: Gesamtverband
 Pressegroßhandel gibt Rahmenprogramm bekannt
- Verdi ruft für Beschäftigte des Einzelhandels in der Region zu einem zweitägigen Warnstreik auf
- HDE-KONSUMBAROMETER: Weiterhin nur langsame Erholung der Verbraucherstimmung
- Zahl der Unternehmensgründungen nimmt ab
- Delegiertenversammlung des Medienverbands der freien Presse verabschiedet eine gemeinsame Erklärung zum Einsatz von Künstlicher Intelligenz
- Festsetzung des Mindestlohns zum 1. Januar 2024 auf 12,41 € brutto und zum 1. Januar 2025 auf 12,82 € brutto je Zeitstunde

Juli

- Pressegroßhandel investiert in moderne IT-Anwendungen und befasst sich mit KI
- Bundestag beschließt Novelle des Wettbewerbsrechts
- DPD testet Mehrweg-Versandverpackungen
- Bons aus Papier sind Pflicht
 Ein Verwaltungsgericht urteilt: Digitale Bons genügen
 nicht. Zwei Lebensmittelhändler scheitern an veralteter
 Regulierung
- OPTIPRESS, die Branchen-App für den filialisierten Presse-Einzelhandel, wird von GLOBUS flächendeckend eingesetzt
- Ausdünnung der Verlags- und Vertriebsbranche Die Liste jener Zeitschriften, die 2023 eingestellt wurden, wird immer länger. Gründe für die Einstellung der Print-Titel sind u.a. rückläufige Verkaufszahlen und gestiegene Kosten (z.B. für Papier und Logistik)

August

- Konsumflaute: Die allgemeine Konsumzurückhaltung lässt den realen Einzelhandels-Umsatz im ersten Halbjahr um 4,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr schrumpfen
- Print-Reichweite: Jeder Zweite liest täglich eine gedruckte Tageszeitung
- GVPG kündigt an: Burda-Vorstand Philipp Welte spricht auf der Grosso-Jahrestagung 2023
 Zu den weiteren Speakern zählen die Zeitschriftenverleger Lars Rose (Klambt-Mediengruppe),
 Sebastian Ganske (Jahreszeitenverlag), Stern-Chefredakteur Gregor Peter Schmitz, KI-Experte
 Gunnar Brune, Sportwissenschaftler, Prof. Dr.
 Stephan Geisler, Rundschau-Verlagsleiterin Maria
 Akhavan und Gastgeber Frank Nolte, Vorsitzender des Gesamtverbandes Pressegroßhandel



September

- Presse-Grosso ruft zu einem nationalen Bündnis auf / Zusammen mit Verlagen und Partnern soll der Pressevertrieb noch moderner, effizienter und zukunftsfest werden
- Rund 200 Teilnehmer bei der Grosso-Jahrestagung des Gesamtverbands Pressegroßhandel (GVPG) in Wiesbaden
- Presse-Grossisten wählen dreiköpfiges Vorstandsteam: Vincent Nolte, geschäftsführender Gesellschafter Presseservice Nord in Bremen, und Andreas Obervoßbeck, geschäftsführender Gesellschafter QTRADO in Leverkusen, wurden im Amt bestätigt. Neu in den Vorstand wählten die Mitglieder Thorsten Mauch, geschäftsführender Gesellschafter Presse-Grosso Südwest in Heidelberg.
- Der langjährige Vorstandsvorsitzende Frank Nolte trat, wie von ihm im Frühjahr angekündigt, aus persönlichen Gründen nicht erneut zur Wahl an.
- Presse-Grossisten würdigen langjährigen Vorsitzenden Frank Nolte für seine Verdienste für den Berufsstand.
 Die Mitglieder des Bundesverbandes ernennen Nolte zum Ehrenpräsidenten
- Grosso-Großkundenbetreuer treffen sich zur GKB-Tagung in Köln
- DistriPress-Jahreskongress 2023 in Sevilla

Oktober

- Großkundenbetreuung des Grosso-Verbandes gründet Projektgruppe Warenpräsentation mit dem Ziel innovativer Lösungen zur Optimierung der Warenpräsentation im Kontext dynamischen Flächenmanagements.
- Abschluss einer Marktstudie in Kooperation mit REWE, Pressegroßhandel und Verlagen
- NRW-Medienminister Liminski (CDU) besucht auf Einladung des GVPG den Pressegroßhändler QTRA-DO in Leverkusen: "Mediale Teilhabe führt zu demokratischer Teilhabe. Es ist wichtiger denn je, Presse in der Fläche lesen zu können."
- Azubi-Mangel: Die Situation auf dem Ausbildungsmarkt bleibt für Unternehmen angespannt / Logistik setzt auf digitale Angebote und finanzielle Anreize
- Ausbau Joint-Venture Axel Springer / QTRADO:
 D-FORCE-ONE übernimmt Vertriebsbetreuung für Axel Springer Zeitungen zum 1. Oktober 2024
- Leseförderung: Zeitschriften in die Schulen von Stiftung Lesen, Grosso-Verband und MVFP startet in die nächste Runde

November

- Vorschau: Grosso-Jahrestagung mit Preisverleihung "Deutschlands Bestes Presseregal" am 24./25. September 2024 in Wiesbaden
- Der diesjährige 20. Bundesweite Vorlesetag am 17. November stand unter dem Motto "Vorlesen verbindet"
- Verlegerverbände kritisieren Ausbleiben der Presseförderung | BDZV fordert Senkung der Mehrwertsteuer für Presse
- Der Gesamtverband Pressegroßhandel gratuliert den Preisträgerinnen und Preisträgern des diesjährigen FUTURUM Award
- Warenhauskette Mein Real schließt die letzten 45 Märkte und verkauft 18 weitere.

Dezember

- Grosso-Verband veröffentlicht EHASTRA 2023:
 Trends im Pressevertrieb setzen sich fort –
 tägliche Belieferung von rund 82.000 Verkaufsstellen
- Medienstaatsministerin Roth will Absenkung der Mehrwertsteuer auf Presseprodukte
- Ausweitung der Maut-Pflicht für Lastkraftwagen tritt in Kraft
- Jugendmedienschutz: Pr

 üfstelle tagt zu Gef

 ährdung der Demokratief

 ähigkeit von Kindern und Jugendlichen
- Kultusministerkonferenz: "Die Ergebnisse der PISA-Studie 2022 sind besorgniserregend"
- NRW-Kulturministerin warnt vor antidemokratischen Tendenzen in sozialen Medien
- BGA fordert Stopp des europäischen Lieferkettengesetzes
- Grosso-Verband veröffentlicht Chronik 2023

Im Jahr 2023 mussten wir Abschied nehmen von Wolfgang Tonollo sen.,

Mitbegründer und Firmeninhaber von Presse-Grosso Tonollo. Er verstarb am 10. August 2023 im Alter von 99 Jahren.

Presse-Grosso Tonollo ging 1921 aus einem Einzelhandelsgeschäft in Göttingen hervor. Wolfgang Tonollo sen. leitete die Firma in zweiter Generation. Er vertrat das Presse-Grosso jahrzehntelang gegenüber der Branchenöffentlichkeit und auf Fachveranstaltungen und legte hohen Wert auf Tradition und Nähe zu den Kunden und Mitarbeitern des Familienunternehmens.

Seine Söhne Joachim und Wolfgang Tonollo jun. traten 1976 in die Firma ein. Im Jahr 2020 fusionierten die Unternehmen Emil Dittmann Presse-Grosso GmbH & Co. KG und Presse-Grosso Tonollo GmbH & Co. KG zu Presse-Grosso Mitte GmbH & Co. KG.

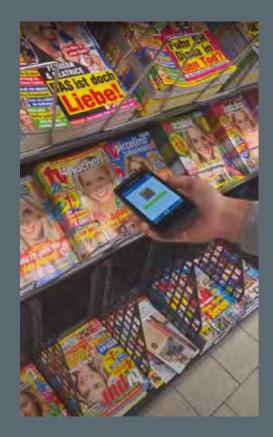


Das praktische Hilfsmittel zur Regalpflege im Presse-Einzelhandel

OPTIPRESS optimiert das Handling und die Warenpräsentation von Zeitungen- und Zeitschriften im Einzelhandel. Die Applikation für Smart-Phone und MDE-Geräte ist der nützliche Helfer bei der täglichen Pflege des Presse-Regals und beantwortet folgende Fragen: Welche Zeitschrift ist aktuell? Welche Objekte sind außerhalb der Angebotszeit und müssen remittiert werden? Liegt die Zeitschrift oder die Zeitung am richtigen Platz? Diese Informationen liefert OPTIPRESS für Fachkräfte am Presse-Regal tagesaktuell und in Millisekunden-Geschwindigkeit.

Mit OPTIPRESS bleibt das Presse-Regal aktuell, gepflegt und übersichtlich.

OPTIPRESS ist ein kostenloses Angebot des deutschen Presse-Großhandels und wurde für die Anwendung auf Smart-Phone mit den Betriebssystemen Apple iOS und Google-Android sowie auf MDE-Geräten entwickelt. Die App wird in den jeweiligen App-Stores zum Download angeboten und richtet sich an alle Einzelhändler, die ein Presse-Sortiment (Zeitungen/Zeitschriften) anbieten. Für den Betrieb auf MDE-Geräten wird interessierten Unternehmen die Android-Version als identisches Produkt parallel zum Google-Play-Store als APK-Paket zur selbstgesteuerten Installation angeboten.



Who's who

Ansprechpartner im Gesamtverband Pressegroßhandel

Vorstand

Thorsten Mauch (Presse-Grosso Südwest, Heidelberg)
Vincent Nolte (Presseservice Nord, Bremen)
Andreas Obervoßbeck (QTRADO, Leverkusen)

Verbandsgeschäftsstelle, Köln

Kai-Christian Albrecht, Hauptgeschäftsführer
Georg Dohmes, Business Analyst Marktanalyse und Bl
Gabriele Heß, Buchhaltung
Michael Hoffmann, Geschäftsführer/Referent BWK
Michaela Kokus, Assistentin Marketing
Silke Merx, Zentralsekretariat/Event
Joshua Thos, Junior Data Analyst Marktanalyse
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 und Bl



Michael Hoffmann
Gesamtverband Pressegroßhandel /
Geschäftsführer, Referent
Betriebswirtschaft



Elmar MathewsGesamtverband Pressegroßhandel /
Referent Marketing, Geschäftsführer
PGM GmbH



Beate WurstGesamtverband Pressegroßhandel /
Büroleitung, PR



Roland Karle Redaktionsbüro Wirtschaft / Medien / Sport / Journalist

Impressum



FÜR PRESSEFREIHEIT UND PRESSEVIELFALT

Geschäftsbericht 2023

Herausgeber

Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.

Händelstraße 25-29, 50674 Köln

Telefon: 0221 921337 0 Telefax: 0221 921337 44

E-Mail: info@gvpg.de, www.pressegrosso.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 2024

© Gesamtverband Pressegroßhandel e.V. 2024

Fotonachweise

Titel: © PVG, Frankfurt

Seiten 7, 27, 30, 34-51 Fotos: © René Reiche

Seite 13: © https://claudia-roth.de/, Foto: Kristian Schuller

Seite 16: © Fa. Jost, München Seite 18: © Ehapa Verlag Seite 29: © Dirk Uhlenbrock Seite 31: © RUNDSCHAU / Babilon

Seite 52: © Kanzlei Jansen & Partner

Seite 59 und 60: © Piman Khrutmuang - AdobeStock

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

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



"Mediale Teilhabe führt zu demokratischer Teilnahme. Es ist wichtiger denn je, Presse in der Fläche lesen zu können."

> Nathanael Liminski, Minister für Bundes- und Europaangelegenheiten, Internationales sowie Medien des Landes Nordrhein-Westfalen und Chef der Staatskanzlei im Dialog mit dem Pressegroßhandel

> > Leverkusen, 26. Oktober 2023

Zeit für mich.
Zeit für Zeitungen
und Zeitschriften!