Erklärung

Der Grossovorstand hat G+J heute am 11. Februar ein Handelsspannenangebot vorgelegt, das mit unserem Marktverständnis nicht vereinbar ist und das vorläufige Scheitern der Verhandlungen mit G+J erkennen lässt.

Es ist nicht die Tradition des Verlagshauses G+J, Handelsspannenverhandlungen öffentlich zu führen. Der jetzige Vorschlag einer neuen Handelsspannenordnung hat aber so gravierende Auswirkungen auf den Markt der Publikumszeitschriften in Deutschland, dass wir zu der Auffassung kommen, im öffentlichen Interesse darüber informieren zu müssen.

Das Modell bedeutet eine Schlechterstellung der Mehrheit der Verlage und es ist ein Angriff auf die Pressevielfalt. Das Grosso verlässt dabei seine Position der Neutralität – eines der wertvollsten Essentials im deutschen Pressevertriebssystem.

Im Einzelnen sind folgende Systemveränderungen geplant:

Die Umsatzbedeutung im System und die Bedeutung der Copypreise nehmen weiter ab.

Der Umsatzbonus wird so modifiziert, dass nur wöchentliche Titel in hohen Auflagenklassen profitieren.

Titeleinführungen mit kleineren Auflagen werden verteuert. Damit werden dem Markt wichtige Innovationsimpulse mittelständischer Verlage und selbstständiger Gründer genommen.

Über eine Besserstellung werbeunterstützter Einführungen hochauflagiger Titel wird die Marktmacht von Großverlagen zementiert.

Kleinere Titel laufen in Gefahr, einem Remissionsmalus zu unterliegen, wenn sie einen oberen Schwellenwert (SQR++) in der Remissionsquote überschreiten. In den Genuss eines Remissionsbonus bei Unterschreiten des unteren Schwellenwertes (SQR+) kommen jedoch nur größere Titel.

In der Summe ergibt sich eine massive Umverteilung zulasten von Magazinen mit monatlicher Erscheinungsweise, hochpreisiger Zielgruppen-Zeitschriften und erfolgreicher Sonderhefte.

Das Grosso macht genau dort die Zugeständnisse bei den Handelsspannen, wo der Markt am stärksten rückläufig ist: bei wöchentlichen Titeln in wettbewerbsintensiven Segmenten.
Dort wo die Auflagen- und Umsatz-Anteile nachhaltig stabil sind oder wachsen, bspw. im hochwertigen Magazin-Bereich, erhöht das Grosso die Handelsspannen. Das Modell ist damit im Grosso-eigenen Sinne zukunftssicher – führt aber zu nicht-tolerierbaren Wettbewerbsverzerrungen zwischen den Verlagen.

Selbst Erfolgstitel der letzten Jahre aus dem Verlag G+J wie Neon, Brigitte Woman und Geo Epoche, aber auch Titel anderer Verlage wie Landlust, Lecker, Glamour, Joy und Instyle verschlechtern sich gegenüber der alten Systematik.

Diese Entwicklung ist mit Blick auf die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Branche, die für alle Verlage gleichermaßen prekär sind, nicht akzeptabel.

G+J fordert das Grosso erneut auf, einen Handelsspannenvorschlag vorzulegen, der für die Breite der Verlage paritätisch zu einer jetzt notwendigen Absenkung der Vertriebskosten führt. Eine Umverteilung über einen Systemwechsel ist in der gegenwärtigen Marktlage falsch. Das Grosso verlässt damit den Boden der Neutralität. Es geht jetzt darum, über eine steigende Wirtschaftlichkeit und Leistungsfähigkeit des Grosso die Pressevielfalt in Deutschland zu sichern. Das ist die Aufgabe des Grosso in einem politisch und juristisch geschützten System und wäre eine Bestätigung der langjährigen Stärke des deutschen Pressevertriebssystems.

Dr. Olaf Conrad
Mitglied der Geschäftsführung G+J-Deutschland
Geschäftsführer DPV Deutscher Pressevertrieb

Hamburg, 11. Februar 2009