

## DEUTSCHER PRESSEVERTRIEB

## „Eine echte Branchenlösung“

DPV-Geschäftsführer Olaf Conrad sagt im Interview, welche Vorteile die Zeitschriftenverlage vom neuen Abschluss mit dem Grosso haben



„Qualität des Systems ist gewährleistet“:  
DPV-Geschäftsführer Olaf Conrad hat sich mit dem Grosso geeinigt

➔ **kress:** Der Deutsche Pressevertrieb hat sich mit dem Bundesverband Presse-Grosso jetzt auf neue Konditionen für Zeitschriften geeinigt. Warum haben Sie nicht einfach die Vereinbarung übernommen, die Axel Springer bereits im Dezember 2010 mit den Grossisten ausgehandelt hat?

**Olaf Conrad:** Unser Ziel war, den Abschluss, den Axel Springer vor Weihnachten erwirkt hatte, zu einer echten Branchenlösung weiterzuentwickeln. Sie sollte insbesondere die Wünsche der Zeitschriftenverlage stärker berücksichtigen – sowohl in wirtschaftlicher als auch in systematischer Hinsicht. Das Springer-Modell sieht die Ergänzung der bestehenden Handelsspannenregelungen um ein Bonuselement für die Titel vor, deren Umsatz stabil bleibt oder steigt. Wir haben stattdessen eine feste Kostensenkung für alle Verlage vereinbart. Dafür wird jetzt zum einen die bestehende Jahresumsatzbonustabelle in drei Schritten modifiziert und damit auch die Anzahl der dort einbezogenen Titel erhöht. Das ursprüngliche Eingangskriterium eines Jahresumsatzes von 1,5 Mio. Euro ist auf 500.000 Euro gesenkt worden, und davon profitieren

jetzt rund 500 Titel – ein echter Vorteil für kleinere und Special-Interest-Titel.

**kress:** Was sind die weiteren Kernelemente der neuen Vereinbarung?

**Conrad:** Wir haben Verbesserungen bei der Stichtagsregelung und den Sonderheftregelungen erreicht. Die neue Vereinbarung zur Stichtagsregelung sieht in den ersten beiden Jahren der Laufzeit einen Ausgleich zu 100% vor. Dadurch wird ein Titel, dessen Auflage im gleichen Maße wie der Durchschnitt aller Titel zurückgeht, in Zukunft in der Rabattierung nicht mehr schlechter gestellt. Wir haben auch eine Verbesserung für diejenigen Titel erzielt, die es schaffen, ihren Umsatz stabil zu halten oder zu steigern. Sollte z.B. durch Preiserhöhungen der Absatz eines solchen Titels sinken, wird er nicht mehr durch eine Rabattierung bestraft.

**„Es war natürlich unser Ziel, Vertriebskosten für die Verlage signifikant zu senken. Es ist uns aber nicht daran gelegen, um jeden Preis Geld aus dem Grosso-System zu ziehen.“**

DPV-Geschäftsführer Olaf Conrad

**kress:** Welche Bedenken hatten Sie gegen die Systematik des von Springer ausgehandelten Abschlusses?

**Conrad:** Die heutige Handelsspannenregelung ist schon sehr komplex, und die Bonus-Plus-Regelung hätte sie noch komplizierter gemacht: Für über 2.500 Titel hätte man ja im Nachhinein den jeweiligen Bonus berechnen müssen. In unserem Modell werden alle Zeitschriften

zum 1. März eines Jahres in die Absatz- und die Umsatzbonustabelle eingeordnet, und die Verlage wissen dann, mit welchen Rabatten sie für das kommende Jahr rechnen können. Durch die Nachschüssigkeit der Bonifizierung bei Bonus Plus hätten die Verlage auf diese Planbarkeit verzichten müssen.

**kress:** Sie haben eine Umverteilung in zweistelliger Millionenhöhe zugunsten der Zeitschriftenverlage erreicht. Was hat das Grosso eigentlich von der Vereinbarung?

**Conrad:** Durch die Laufzeit bis 2018 verschafft die Vereinbarung dem Grosso Planbarkeit und Investitionssicherheit. Der Gedanke dahinter ist, dass die Grosso-Unternehmen Zeit brauchen, sich auf neue Marktbedingungen einzustellen. Seien es Fusionen, sei es eine Zusammenarbeit in einzelnen Geschäftsbereichen – Projekte solcher Art brauchen einfach Zeit. Es war natürlich unser Ziel, Vertriebskosten für die Verlage signifikant zu senken. Es ist uns aber nicht daran gelegen, um jeden Preis Geld aus dem Grosso-System zu ziehen. Wir haben jetzt vielmehr eine Lösung gefunden, die auch die Qualität des Systems gewährleistet.

**kress:** Springer hat dem Grosso seinerzeit auch eine Reihe von vertriebspolitischen Zusicherungen gemacht, z.B. im Hinblick auf die Bedingungen, unter denen die Kündigung einzelner Grossisten möglich ist. Haben Sie nun Ähnliches vereinbart?

**Conrad:** Axel Springer hat sich im Grunde eng an den bestehenden VDZ-Positionen zur Gemeinsamen Erklärung orientiert. Diese Positionen tragen wir mit, und es ist sicher keine Überraschung für die Marktpartner, dass wir uns jetzt auch dazu bekennen.

**kress:** Die Bauer Media Group sieht im Grosso-Verband derzeit keinen Verhandlungspartner und klagt gegen sein zentrales Verhandlungsmandat. Wie ernst nehmen Sie die Klage?

**Conrad:** Aus juristischer Sicht muss man

solche Klagen ernst nehmen. Wir sind durch unsere jetzigen Verhandlungen mit dem Grosso aber in der Meinung bestärkt worden, dass gerade die Organisation im Verband unverzichtbar für die Qualität des Grosso-Systems ist. Denn der Grosso-Verband steht mit den durch ihn getragenen Aktivitäten im Markt und in der Gremienarbeit mit den Verlagen für viele Qualitätsbestandteile des Systems. Denken sie zum Beispiel an die Großkundenbetreuung, die Regal- und Marketinginitiativen, die Ehastra und VMP.

**kress:** *Manfred Braun, der Zeitschriften-Chef der WAZ-Gruppe und Vorstandsvorsitzende der Publikumszeitschriften im VDZ, hat gerade für die Zeit ab 2015 eine Reform des Vertriebssystems gefordert. Er plädiert u.a. für Markteintritts- und Austrittsregeln für verkaufsschwache Zeitschriften. Unterstützen Sie den Vorstoß?*

**Conrad:** Manfred Braun hat eine Reihe wichtiger Fragen aufgeworfen. Ich habe seinen Beitrag allerdings als eine Themensammlung verstanden, deren einzelne Punkte in der kommenden Zeit zu diskutieren sind. Seine Forderung, dass

sich die Konditionen für Grossisten mehr am Jahresumsatz und weniger am Absatz der Titel orientieren sollen, ist meines Erachtens inzwischen Konsens in der Branche. Die Vereinbarung, die wir jetzt mit dem Grosso ausgehandelt haben, trägt dem bereits Rechnung. Ich sehe die jetzt unterschriebenen Verträge mit ihrer langen Laufzeit als stabile Ausgangslage für die kommende Diskussion. Und wenn dabei dann ein gutes Modell entsteht, gilt der alte Spruch: Das Bessere ist der Feind des Guten.

*Interview: Henning Kornfeld*