

Liebe Leserin, lieber Leser,

mit seiner neuen Rubrik **Standpunkt** eröffnen wir ab sofort ein Meinungs- und Kommentar-Forum, um die Diskussion über die Perspektiven der deutschen Verlags- und Vertriebszene zu befördern. **Standpunkt** ist eine Einladung zum aktiven Mitdiskutieren.

Standpunkt ist offen für meinungsstarke Beiträge und Zwischenrufe aus der Feder aller Protagonisten, sei es aus Verlagen, Nationalvertrieben oder allen Handelssparten.

Ich freue mich auf Ihre Beiträge.
Ralf Deppe, Chefredakteur

Streit ums Grosso: Das Ende der Pressevielfalt?

Die Oberlandesgerichte in Celle und Schleswig haben der Berufung der „Bauer Media Group“ im Rechtsstreit um die Lieferrechte bei den GROSSOBETRIEBEN Grade (Elmshorn) und MÜGGE (Stade) stattgegeben.

Gewiss: Es kommt vor, dass Fehlurteile aufgrund mangelnder Sachkenntnis getroffen werden.

Inwieweit einem Artikel des Grundgesetzes (hier: Artikel 5) in Urteilsbegründungen deutscher Gerichte jedoch „lediglich nachrangige Bedeutung“ (lt. dnv 4/2010) beigemessen werden kann, das erschließt sich einem juristischen Laien und demokratisch erzogenen Staatsbürger nicht. Der Bundesverband Presse-Grosso verweist daher vollkommen zu recht in seiner Stellungnahme darauf, dass sich die Entscheidungen in Celle und Schleswig mit der entscheidenden Frage des verlagsneutralen und vollversorgenden Pressegroßhandels gar nicht befassen.

Hätten die Urteile zu Schleswig und Celle nun aber Bestand, dann würden sie nicht nur das Ende des neutralen Presse-grosso einleiten, sondern zugleich auch nach meiner Einschätzung die Pressevielfalt in Deutschland in erheblichem Maße einschränken, wenn nicht gar beenden. Denn gerade Titel mit kleineren Verkaufsauflagen im Presse- Einzelhandel, Special-Interest- Zeitschriften, Blätter für politische Minderheiten, intellektuell anspruchsvollere Zeitschriften als solche der Regenbogenpresse, müssten mit erheblichen Nachteilen und erhöhten Kosten im Vertrieb von Presse rechnen.

Die Ursache für das Ende des neutralen Presse-grosso und der Pressevielfalt rührt indessen nicht aus einer allgemeinen Unzufriedenheit mit dem bewährten

System, sondern vielmehr aus der schlichten Tatsache, dass die Bauer Media Group von allem Anfang an ihre Ausgangssituation bei den im Frühjahr 2009 geführten Rabattverhandlungen durch die Kündigung von Lieferrechten zu optimieren gedachte. Es ging zunächst um Geld und nichts sonst.

Anlässlich der Grosso-Tagung Baden-Baden 2008 verkündeten Manager des Bauer Verlages in einer Sitzung eines VDZ-Gremiums, dass das Haus Bauer nun andere Saiten aufziehen werde; der Bundesverband Presse-grosso habe die Rabattforderungen des Heinrich Bauer Verlages abgelehnt.

Schon während der Abschiedsfeier des Heinrich Bauer Verlages für Erwin Blank hatte ein neuer Manager dieses Unternehmens sinnbildlich davon gesprochen, dass man das alte Haus abreißen müsse, wenn man etwas Schönes, Neues bauen wolle. Gemeint war wohl das derzeitige Vertriebssystem. Auch gab er bei anderer Gelegenheit zum Besten, welche Titel einzelner Wettbewerber nach seiner Auffassung für den Erhalt der Pressevielfalt verzichtbar seien.

Geht es um Rabatte oder um mehr?

Um den eigenen Rabattforderungen an das Grosso Nachdruck zu verleihen, wurden nun den Grossisten in Stade und Elmshorn die Lieferrechte des Heinrich Bauer Verlages gekündigt. Später bestätigte Verlegerin Yvonne Bauer in einer Sitzung eines VDZ-Arbeitskreises auf Befragen, dass man zunächst bereit gewesen sei, nach Erfüllung der Rabattforderungen des Heinrich Bauer Verlages die Kündigungen der Lieferrechte in Stade und Elmshorn zurück-

zunehmen. Nun, da die gekündigten Grossisten aber gegen die Bauer Media Group geklagt hätten, sei das nicht mehr möglich. Das heißt nichts anderes, als dass das bewährte Grosso-System zunächst ausschließlich aus den oben genannten Gründen (Absenkung der Grosso-Rabatte zugunsten der Bauer Media Group) infragegestellt wurde.

In den sich anschließenden Diskussionen in den Verlagen und im Vorstand Publikumszeitschriften des VDZ ging es in dieser Frage nahezu ausschließlich darum, wie viel Geld das Grosso angesichts der problematischen wirtschaftlichen Situation in vielen Verlagen im Zuge der Rabattverhandlungen an die Verlage abgeben könne. In einer dieser Sitzungen sprach ein Teilnehmer von 150 Millionen, die an die Verlage umverteilt werden könnten. Es wurde davon gesprochen, dass die derzeitige Anzahl der Grossobetriebe (73) durch Fusionen auf ca. 40 reduzierbar sei. Ein Kollege eines Zeitschriftenverlages mit renommierten Qualitätszeitschriften warnte vor kartellrechtlicher Relevanz derartiger gemeinsamer Überlegungen im Vorstandskreis des VDZ. Herr Schoo, Manager der Bauer Media Group, warf mir vor, von mir noch nie einen einzigen Vorschlag gehört zu haben, „wie wir an das Geld der Grossisten herankommen können“.

Ich antwortete ihm, dass es meinem Verlag und Verlagen vergleichbarer Größe wenig nütze, wenn die großen Verlage erneut in Konditionenfragen bessergestellt würden, und wir in der Folge einen Gross-overtrieb hätten, der seine Marketing- und Mittlerfunktionen nicht mehr erfüllen könne. Dies sei das Ende vieler Titel im Vertriebsmarkt.

Wer will ein Verlagsgrosso?

In den Gesprächen mit anderen Vertretern größerer Verlage und Nationalvertriebe ist aktuell gelegentlich zu hören, dass sich ein guter Grossist so verhalten müsse, als gäbe es einen Wettbewerber in seinem Gebiet. Dem ist nicht zu widersprechen.

Genauer beleuchtet werden muss die Behauptung, dass das verlagsbeteiligte Grosso infolge der Beteiligungen und der dadurch erhöhten Transparenz in der Realität „neutraler“ sei, als das verlagsunabhängige Grosso. Nicht untersucht wurde bisher, was eigentlich der Grund dafür ist, dass anspruchsvollere Zeitschriften und bestimmte Gattungen der Special Interest-Titel, aber auch Titel wie SPIEGEL, ZEIT und die überregionalen Zeitungen wie FRANK-

FURTER ALLGEMEINE und SÜDDEUTSCHE ZEITUNG in den Betrieben der verlagsabhängigen Grossisten in den neuen Bundesländern so schwach verkaufen.

Und auch: Mittelständische und kleinere Verlage, die nicht in den erlauchten Kreis der Gesellschafter eines Verlagsgrossisten aufgenommen wurden, werden wohl kaum zu den Befürwortern einer Erweiterung des verlagsabhängigen Pressegroßhandels gezählt werden können. Die Befürworter eines Verlagsgrossisten sind immer solche, die Gesellschafter dieser verlagsabhängigen Betriebe sind.

Die Politik ist jetzt gefordert

Wer aber Pressevielfalt und damit Meinungsfreiheit im demokratischen Sinne befürwortet, der wird nicht daran vorbeikommen, dass das Pressegrosso von den Einflüssen der großen Verlage, und der Verlage überhaupt, frei sein muss. Wo unverhüllt Forderungen von Vertretern der Bauer Media Group, (in bestimmten Punkten) aber auch von Managern des Axel Springer Verlages, gestellt werden, dass die Regale im Einzelhandel nach Marktanteilen gestaltet werden müssten, und einzelne, namentlich benannte Titel im Wettbewerb nichts zu suchen hätten, müssen Gesetzgeber und Politik einschreiten. Ohnehin unterliegen bestimmte Entwicklungen im Pressevertrieb der letzten Jahrzehnte vorrangig dem Einfluss der Verlage Springer und Bauer, und der Prozess der Beeinflussung formal verlagsunabhängiger Grossisten durch diese beiden Großverlage scheint inzwischen so weit vorangeschritten, dass meines Erachtens auch hier dringend Einhalt geboten werden muss.

Wie weit es gekommen ist, das zeigt der aktuelle norddeutsche Fall:

Vor wenigen Tagen wurden neutrale Grossisten seitens der Bauer Media Group mitgeteilt, dass der Hamburger Großverlag für die Vergabe der Lieferrechte im Gebiet Grade (Bauer Titel werden dort zur Zeit vom Grosso-Tochterunternehmen des Bauer Verlages, der PVN, ausgeliefert) im Falle einer Fusion oder eines Verkaufs Geld für die Lieferrechte haben will.

Die betroffenen Grossisten informier-

ten einzelne Mitglieder des Bundesvorstandes Presse Grosso und dessen Geschäftsführer vom Ansinnen des Managers der Bauer Media Group. Alsbald waberte das Gerücht in Insiderkreisen, dass der Bauer Verlag entgegen seinem bisherigen Bekunden Geld für Lieferrechte bei gekündigten Grossisten beanspruche.



Hermann Schmidt, Jahreszeiten Geschäftsführer, fürchtet um die Pressevielfalt

Während bisher (wohl aus Sorge um den eigenen Betrieb) nahezu ausnahmslos alle informierten Grossisten zu diesem Vorgang schwiegen, beleuchtete Rüdiger Stettinski von TEXT INTERN das Gerücht etwas näher – unter anderem bei einem Geschäftsleitungsmitglied der Bauer Media Group. Der Bauer Manager bestätigte das Gerücht in einem ausführlichen Telefongespräch. Darüber hinaus wurde der Sachverhalt gegenüber TEXT INTERN von Grossoseite bestätigt.

Text Intern machte daraus eine Meldung, die in verkürzter Form zunächst „online“ erschien. Daraufhin teilte eine Mitarbeiterin der Pressestelle der Bauer Media Group am 23.2.2010 einzelnen Mediendiensten in Deutschland mit, dass die Information in Text Intern falsch und geschäftsschädigend sei. Frau Berit Sbirinda schrieb u.a.: „Wir bitten dringend von einer Übernahme des Artikels Abstand zu nehmen. Anderenfalls werden wir rechtliche Schritte einleiten. Dieses Schreiben ist ausschließlich als Hintergrundinformation zu verstehen und nicht zur Veröffentlichung freigegeben.“

Jetzt muss die Stimme erhoben werden

Das bedeutet, dass, wer die Wahrheit schreibt, bedroht wird. Und damit ist noch längst nicht alles gesagt, was dazu gesagt werden könnte.

Einmal davon abgesehen, dass infolge solchen Geschäftsgebarens, würde es Schule machen, ab morgen kein Presse-Grosso-Unternehmen auch nur noch einen Pfifferling wert wäre, muss klar sein, dass das Vertriebssystem Grosso am Ende ist,

* wenn die großen Verlage zukünftig ihre Lieferrechte an die Grossisten verkaufen würden

* wenn die Grossisten zahlen und schweigen – in der Hoffnung, dass sie überleben.

Es ist meines Erachtens außerdem notwendig, dass manche mittelständische und kleinere Verlage, die sich bislang entweder auf die Vernunft der Verantwortlichen und der Verleger in den Großverlagen verlassen haben, oder gar glaubten, dass sie bei Erfüllung der Begehren größerer Verlage durch das Grosso wirtschaftlich partizipieren könnten, ihre Stimme erheben.

Mittelständische Verlage sind gefordert

Ein Vertriebssystem jedoch, das unter den totalen Einfluss auch nur eines einzigen Großverlages nach dem Muster der Bauer Media Group gerät, bedeutet möglicherweise das Ende der Pressevielfalt. Viele kleinere Verlage und Titel würden derartige Strukturveränderungen im Pressevertrieb nicht überleben.

Die Bewahrung des erfolgreichen und allen Verlagen dienenden Vertriebssystems Presse-Grosso setzt voraus, dass das Alleinvertriebsrecht des Grossisten in seinem Gebiet weiterhin zu den grundlegenden Voraussetzungen eines neutralen und wirtschaftlichen Pressegrosso gehört. Wenn die Teilnehmer am Pressehandel im Sinne einer Sicherung eines demokratischen Grundrechtes nicht zur Vernunft finden, dann muss der Staat dafür sorgen, dass der entsprechende Artikel des Grundgesetzes gewahrt bleibt.

Ein Kompromiss, der darauf hinaus liefe, dass der Bauer Verlag hinsichtlich der Kündigung weiterer Lieferrechte innehielte, hilft nicht weiter. Weiterhin bestünde das Risiko, dass der Verlag bei jeder sich bietenden Gelegenheit die bestehenden Urteile als Damoklesschwert über den Häuptern der Grossisten und der mittelständischen Verlage schweben ließen, um ihre individuellen Ziele zu erreichen.

Es ist zudem an der Zeit, dass der Grossoverband Stärke zeigt und sich aus der Situation der Angst befreit. Wer aus Furcht vor dem Verlust des eigenen Unternehmens zu den aktuellen Vorgängen noch länger schweigt, der muss sich nicht wundern, wenn es ein neutrales Pressegrosso in absehbarer Zeit nicht mehr gibt.

Mittelständische und kleinere Verlage müssen genauso selbstverständlich wie die Grossisten darauf hoffen, dass der Bundesgerichtshof die Urteile revidiert – im Sinne des Erhalts eines Grundrechtes.

*Hermann Schmidt
Jahreszeiten Verlag
Geschäftsführer Vertrieb*