

„Hände weg vom Regal“: Kritik an Bauers Gattungsmarketing-Vorhaben

Die **Ankündigung der Bauer Media Group**, auf eigene Faust die Präsentation der Presse, und hier speziell der besonders gut verkäuflichen Titel, im Lebensmitteleinzelhandel zu verbessern, hat in der Branche ein reserviertes bis ablehnendes Echo gefunden.

Bauer hatte Anfang November die Resultate einer von ihm in Auftrag gegebenen Marktforschungsarbeit zur Pressepräsentation

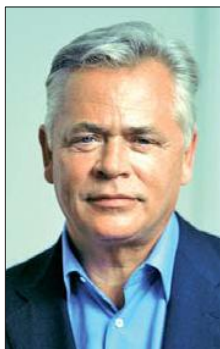
bestehen darin, den gesamten Zeitschriftenumsatz gemeinsam mit dem LEH durch Information sowie neue Regalstrukturen und -systeme zu steigern.

Diesem Vorhaben begegnete die Pressevertriebsbranche mit kritischen Anmerkungen. So warnte **Michael Imhoff**, Gesellschafter und Geschäftsführer der **MZV Moderner Zeitschriften**

Vertrieb GmbH & Co. KG, Unterschleißheim, vor Alleingängen eines einzelnen Verlages. „Klar ist, dass jeder Verlag sicherlich seine Titelpalette lieber in Vollsicht beim Händler vorfinden möchte als in der teils unübersichtlichen Schuppenpräsentation“, sagte Imhoff. „Genauso klar sollte aber auch sein, dass es Aufgabe der Grossisten sein muss, dafür Sorge zu tragen, für den Konsumenten eine übersichtliche Präsentation des Presseangebotes zu gewährleisten.“ Imhoff räumte ein, dass die Pressepräsentation in Teilen verbesserungswürdig sei. Zugleich aber betonte er: „Wenn wir als



Heribert Bertram,
Bauer Media Group



Michael Imhoff, MZV
Moderner Zeitschriften
Vertrieb



Frank Nolte,
Bundesverband
Presse-Grosso



Hermann Schmidt,
Arbeitskreis Mittel-
ständischer Verlage

im Lebensmitteleinzelhandel vorgestellt. Diese Bestandsaufnahme fiel überaus kritisch aus. So seien sowohl die Konsumenten als auch die Marktleiter mit der Pressepräsentation überwiegend unzufrieden.

Bauer monierte vor allem, dass die Top-Titel vielfach nicht in Vollsicht präsentiert würden, obwohl gerade diese Maßnahme die Übersichtlichkeit des Presseregals und damit die Orientierung der Kunden erheblich verbessern würde. Zur Beseitigung dieser Defizite kündigte die Bauer Media Group an, „den Lebensmitteleinzelhandel entsprechend seinen Bedürfnissen umfangreich zu informieren und über die Stärke seines jeweiligen Pressesortiments umfassend aufzuklären“, hieß es in einer Pressemitteilung von Bauer. Das Ziel

Verlage mit der derzeitigen Situation unzufrieden sind, sollten wir gemeinsam versuchen, Lösungsansätze zur Verbesserung zu finden; Alleingänge helfen an der Stelle wenig.“

Gesprächsbereitschaft beim Thema Pressepräsentation signalisierte auch der **Bundesverband Presse-Grosso**. Zugleich verwies er auf eigene umfangreiche Aktivitäten und Maßnahmen, die Pressepräsentation im Einzelhandel zu verbessern und dabei auch die besondere Bedeutung starker Printmarken zu berücksichtigen und zu nutzen. Zugleich hob der Verband hervor, dass regelmäßige Befragungen den Presse-Grosso-Betrieben eine überwiegend sehr hohe Zufriedenheit seitens der EH-Kunden attestierten. Darüber hinaus warnte der Bundesverband Presse-Grosso:

„Verlage verfolgen naturgemäß produktspezifische und damit gegensätzliche Interessen am POS. Übermäßige verlagsindividuelle Aktivitäten bergen das Risiko einer Gefährdung der neutralen Pufferfunktion.“

Ebenso warnte der **Arbeitskreis Mittelständischer Verlage (AMV)** vor Alleingängen eines einzelnen Verlages im Einzelhandel. Der AMV sieht durch Bauers Aktivitäten seine Interessen und die zahlreicher Special-Interest-Zeitschriften mit höheren Verkaufspreisen berührt. „Eine bevorzugte Präsenz von Massenzeitschriften mit zum Teil niedrigen Copypreisen ist einer Förderung der Ertragskraft des Presse-Einzelhandels nicht unbedingt dienlich“, warnte der AMV und forderte: „Die Präsentation und Auswahl von Zeitschriften in Vollsicht sollte dem Einzelhändler überlassen bleiben. Er kennt seine Kunden und seine Bestseller am besten: All Business is local.“

Von wegen Papier ist geduldig!

**Bei uns geht's blitzschnell.
Und günstig.**

Egal, ob in Tokio, Frankfurt oder New York – als einer der weltweit führenden Pressedienstleister realisieren wir den nationalen und internationalen Versand von Zeitschriften und Merchandise Produkten für Publikums- und Fachverlage – wir bieten einen umfassenden Service, der weit über den Versand hinaus geht, z. B. Abonnentenbetreuung, Lagerhaltung, Konfektionierung, Verzollung und Retourenabwicklung.

Weitere Infos? Rufen Sie uns an: +49 (83 82) 96 31-0.

Güll GmbH · Heuriedweg 19 · 83131 Lindau · info@guell.de

PRESSESERVICE
GÜLL