

**Rede des Vorsitzenden der Stiftung Presse-Grosso  
auf dem Forum der Stiftung Presse-Grosso  
im Steigenberger Airport-Hotel Frankfurt a. M.  
am 7. März 2007**

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Namen der Stiftung Presse-Grosso heiÙe ich Sie alle hier in Frankfurt am Main, unmittelbar am Flughafen im Steigenberger Airport Hotel, sehr herzlich willkommen.

Die Änderung des Veranstaltungsortes unseres jetzt schon traditionellen FORUMS hatte mit terminlichen Gründen beim Kempinski Hotel zu tun. Ich denke aber der neu gewählte Ort ist für Sie alle fast noch besser erreichbar. Bei der Überlegung, ob und zu welchem Themenbereich wir auch in diesem Jahr ein Forum der Stiftung Presse-Grosso veranstalten wollen, haben wir uns davon leiten lassen, welche Themen die Verlags- und Vertriebswelt der Printmedien gegenwärtig besonders beschäftigen und haben dementsprechend auch den Gästekreis dieses FORUMS erstmals erweitert.

Ich freue mich sehr, unter den Gästen und den Referenten des heutigen Tages an erster Stelle Herrn Ministerialrat **Matthias Harbort** aus dem Hause des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien begrüßen zu können. Herr Harbort, ich danke Ihnen sehr herzlich für eine gute und konstruktive Zusammenarbeit, sei es hinsichtlich der Schirmherrschaft von Staatsminister

Neumann für unser Projekt ‚Zeitschriften in die Schulen‘, sei es bei anderen Themen, in die ich die Arbeitsergebnisse der Stiftung in Ihrem Hause immer wieder einbringen darf.

**Bundespräsident Horst Köhler** hat in einer Rede zum Festakt des 50-jährigen Bestehens des Dt. Presserates, auf die ich vergangene Woche aufmerksam wurde, weil die Südde. Zeitung sie in einem Kommentar zum Cicero-Urteil des Bundesverfassungsgerichts zitiert, seine Sicht der Dinge zum Spannungsfeld zwischen kritischem, unabhängigem Journalismus einerseits und Verlegern andererseits dargelegt und dort ausgeführt, dass er es nicht für unanständig hält, mit Zeitungen Gewinn machen zu wollen und dass ein Verleger, dessen Produkt am Markt nicht bestehen kann, weder seinen Mitarbeitern noch der Pressefreiheit diene. Aber, so hebt der Bundespräsident hervor, es sei doch auch etwas ganz besonderes, Zeitungen machen zu dürfen. Der Bundespräsident hat dann **Karl Marx** mit dem Satz zitiert: ‚ **Die erste Freiheit der Presse besteht darin, kein Gewerbe zu sein**‘. Die Südde. Resümiert dazu, dieses Zitat erinnere daran, dass Pressefreiheit nicht Ausfluss der Unternehmerfreiheit sei, sie diene vielmehr dem unbehelligten Sammeln und Bewerten von Informationen und damit dem Bürger.

Andererseits steht die Realität der Presse, die nicht nur gelesen, sondern auch vertrieben werden will, in einem wachsenden Spannungsfeld zu den Anforderungen, sich wandelnder Märkte. Wir wollen uns deshalb heute nicht nur mit den Fragen der rechtlichen Verankerung des Pressevertriebs und seiner Auswirkungen befassen, sondern ganz bewusst vor diesem Hintergrund Aspekte

wirtschaftlicher Fragen des Pressevertriebs und positive Entwicklungstendenzen aus den neueren Erkenntnissen der Marketinglehre gewinnen. Ich bin aber sicher, dass Sie, lieber Herr Harbort, auf den eben angesprochenen Fragenkomplex in Ihrem Grußwort nachher sozusagen fachübergreifend eingehen werden.

Ich begrüße in der Reihenfolge der Tagesordnung ferner die Referenten unseres heutigen Forums, nämlich zunächst Herrn **Andreas Eickelkamp**, Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Forschungsteam von Herrn Prof. Dr. Haller am IPJ der Universität Leipzig. Herr Prof. Haller konnte den ursprünglich einmal vorgesehenen Part auf diesem FORUM aus terminlichen Gründen doch nicht selbst übernehmen und hat Herrn Eickelkamp darum gebeten, eine erste Analyse und Bewertung der wesentlichen Erkenntnisse aus dem Gutachten zum Gratisvertrieb von Tageszeitungen uns hier heute vorzutragen. Ich gehe davon aus, dass wir in der zweiten Jahreshälfte die gedruckte Version dieses Gutachtens - ebenfalls wieder im Nomos Verlag - herausbringen zu können, freue mich aber sehr darüber, dass wir heute schon erste Ergebnisse kennenlernen und diskutieren können. Aus einem persönlichen Vorgespräch weiß ich, dass sich Herr Eickelkamp in seiner Forschungstätigkeit mit Nutzwert-Journalismus befasst, den er als die Frage definiert, was der Journalist mit welchen Mitteln beim Leser, Zuschauer oder Zuhörer erreichen will. Aus der Sicht der Stiftung Presse-Grosso hoffen wir, dass dieses Herausarbeiten des individuellen Nutzens, den ein Leser bei der Lektüre von Printmedien hat, auch unmittelbaren,

Kaufanreiz auslösen wird und dass auch diese Zusammenhänge im Blickfeld der Journalisten bleiben.

Ich begrüße dann weiter als letzten Referenten des heutigen Vormittags, Herrn Dr. **Bernhard Kölmel**, Mitglied der Geschäftsführung der CAS AG Karlsruhe, der uns zum Thema „Entwicklungen im IT-Bereich - Bedrohung oder Ergänzung“ interessante Aspekte referieren wird, die ein Einbringen neuer technischer Möglichkeiten in die Problemstellung des Pressevertriebs und der Verlagswelt aufzeigen. Das große Engagement vieler Verlage im Internet mit eigenen Internetportalen, aber auch die wohl jetzt erst festzustellende, weitgehende Durchdringung der privaten Haushalte mit Internet, ziehen es nach sich, dass wir aus der Sicht der Stiftung Presse-Grosso diesem Themenfeld, nämlich der Bedeutung und Nutzbarkeit des Internets für das Anliegen des klassischen Einzelverkaufs, dadurch einmal eine besondere Bedeutung beimessen wollen, dass wir Ihnen dazu das Referat von Herrn Dr. Kölmel heute präsentieren und im Rahmen der Podiumsdiskussion zur Diskussion stellen möchten.

Bei der Gesamtkonzeption des heutigen FORUMS, die ich gemeinsam mit **Kurt Diem** von der Firma Presse-Grosso Mende entwickelt habe, dem ich für die Mitarbeit herzlich danke, haben wir uns von dem Gedanken leiten lassen, dass die Stiftung Presse-Grosso als wissenschaftliche Stiftung den Versuch unternehmen will, Denkanstöße und Diskussionsbeiträge aus wissenschaftlicher Sicht zu Themen zu leisten, die gegenwärtig ganz oben auf der Liste offener Fragen und zukünftiger Perspektiven im Pressevertrieb stehen.

Wichtige Anregungen haben uns dabei die Beiträge im Jubiläumsheft des dnv zu seinem 25-jährigen Bestehen gegeben, in dem aus den verschiedensten Blickwinkeln Betrachtungen über das Presse-Grosso als Service-Dienstleister und stärkster Vertriebskanal für Zeitungen und Zeitschriften, aber auch zum Teil divergierende Anforderungen an das Leistungsprofil und die Möglichkeiten des Presse-Grosso zu lesen sind.

Als dritten und großen wissenschaftlichen Beitrag zu diesem FORUM werden wir deshalb am Nachmittag nach der Mittagspause ein einführendes Referat von Herrn Universitätsprofessor **Dr. Hans Bauer**, dem Inhaber des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing II an der Universität Mannheim, hören. Ich bedanke mich ausdrücklich bei Ihnen, lieber Herr Prof. Bauer, dass Sie bereit waren, sich in doch wirklich sehr kurzer Zeit in die Fragestellungen einer Branche einzuarbeiten, in der Sie bisher nicht gearbeitet haben. Zur Vorbereitung habe ich mit Herrn Prof. Bauer eingehend die gegenwärtige Situation des Pressevertriebs und die unterschiedlichen Erwartungen und Anforderungen, die an die Entwicklung des Pressevertriebs durch Erschließung neuer Absatzquellen bei gleichzeitiger Wahrung der Neutralität gestellt werden, angesprochen. Herr Prof. Bauer hat aus dem ihm zur Verfügung gestellten Material das Thema seines Referates **„Modernes Medienmarketing und Wettbewerbsdynamik im Medienmarkt – Herausforderungen strategische Optionen und ihre Folgen“** sich selbst so formuliert. Ich freue mich sehr, dass wir mit diesem zentralen Referat des Nachmittags sozusagen einmal einen Beitrag von außen aus der Welt der Wissenschaft in ein The-

menfeld einbringen können, dass in der Vergangenheit bei vielen anderen Veranstaltungen durch Diskussionen und Gespräche ausschließlich unter Verlags- und Vertriebsvertretern bestimmt war. Die Stiftung Presse-Grosso sieht es gerade als ihre Aufgabe an, hier Diskussionsbeiträge und möglicherweise auch neue Erkenntnisse beizusteuern, die die Überlegungen, Gespräche und Entwicklungen im Pressevertrieb hoffentlich bereichern können. In diesem Sinne hoffe ich, dass wir dann in der abschließenden Podiumsdiskussion das Thema ‚**Starke Marken und Pressevielfalt**‘ unter fachkundiger Moderation durch Herrn Deppe mit vielen neu gewonnenen Erkenntnissen und Aspekten beleuchten und diskutieren können.

Ich freue mich sehr, dass Sie, lieber Herr **Dr. Nolte**, die Zeit gefunden haben, erneut an unserem Forum teilzunehmen und begrüße Sie als Ehrenvorsitzenden des Bundesverbandes Presse-Grosso sehr herzlich. Für den Vorstand des Bundesverbandes Presse-Grosso begrüße ich stellvertretend für die übrigen Vorstandsmitglieder den 2. Vorsitzenden, Herrn **Jörg Könemann** sowie den Hauptgeschäftsführer des Grosso-Verbandes, Herrn **Gerd Kapp** und den Geschäftsführer des Grosso-Verbandes, Herrn **Kai-Christian Albrecht**.

Neben der großen Zahl von Presse-Grossisten, die am heutigen Tage anwesend sind, freue ich mich, Gäste auch aus den Reihen der Verlage begrüßen zu dürfen. Hier darf ich stellvertretend Herrn **Hartmut Bühne** sowohl als Mitglied der Geschäftsführung von Gruner + Jahr Deutschland als auch als Sprecher des Arbeitskreises PMV im VDZ herzlich willkommen heißen. Lieber Herr Bühne Ihnen gilt natürlich ein besonders herzliches Dankeschön für Ihre spon-

tane und kurzfristige Bereitschaft, anstelle des erkrankten **Dr. Conrad** an unserem FORUM und am PODIUM heute Nachmittag teilzunehmen. Dr. Conrad hat mich gestern mit doch hörbar grippaler Stimme angerufen und musste seine Teilnahme absagen. Er wünscht der Veranstaltung einen guten Verlauf.

Als Abgesandten des VDZ begrüße ich sehr herzlich Herrn **Ludwig von Jagow**, der das Projekt „Zeitschriften in die Schulen“ jetzt sozusagen hauptamtlich begleitet. Wir freuen uns über die von VDZ gewährte Förderung und hoffen, das Projekt auch künftig weiter führen zu können.

Als Vertreter weiterer Verbände aus dem Bereich des Pressevertriebs begrüße ich den Vorsitzenden des Verbands der Bahnhofsbuchhändler, Herrn **Götz Grauert**, und Herrn **Dr. Emöd**, als Vertreter der Distripres Zürich sehr herzlich in unseren Reihen.

Ausdrücklich und herzlich begrüßen darf ich Herrn **Ralf Deppe**, den Chefredakteur des dnv, der es dankenswerter Weise übernommen hat, die Podiumsdiskussion heute Nachmittag zu moderieren und das Mitglied unseres Beirats, **Hans-Dieter Müller**, der mir gemeinsam mit Herrn RA. Lang, der heute leider verhindert ist, immer wieder zu laufenden Fragen der Stiftungsarbeit ein wichtiger Ratgeber ist.

Gestatten Sie mir, meine Damen und Herren, dass ich an dieser Stelle noch mit einigen wenigen Worten auf die Aktivitäten der Stiftung Presse-Grosso eingehe, die nicht Gegenstand dieses FORUMS sind.

An erster Stelle nenne ich hier die gemeinsam mit der Stiftung Lesen und der Unterstützung durch den VDZ und den VDP betriebene Aktion ‚Zeitschriften in die Schulen‘ und unsere Unterstützung des Schülerzeitungswettbewerbs der Länder.

‚Zeitschriften in die Schulen‘ führen wir in diesem Jahr nun zum 4. Mal bundesweit durch und dürfen feststellen, dass es sich im Augenblick um das einzige auf Bundesebene einheitlich durchgeführte Leseförderungsprojekt mit Printmedien überhaupt handelt. In diesem Jahr nehmen mehr Schulklassen denn je, nämlich knapp 13 einhalb Tausend an unserem Projekt teil.

Wir haben also die Möglichkeit, etwa 350.000 Schüler mit der Faszination, die von Zeitschriften ausgeht, vertraut zu machen. Unsere neuen Arbeitshilfen habe ich an einem der Tische im Foyerbereich ausgelegt, damit Sie einen Eindruck davon gewinnen können, dass wir jetzt in diesen ‚**Ideen für den Unterricht**‘ die Lehrer auf alle Aspekte der Printmedien auch auf die Berufswelt, aber auch auf die Verbindung zu neuen elektronischen Medien hinweisen und vorbereiten. In diesem Jahr werden wir das gesamte Projekt in allen teilnehmenden Bundesländern - bis auf Sachsen - evaluieren und damit die 2004 bundesweit und 2002 in Baden-Württemberg gefundenen Erkenntnisse fortschreiben können. Über die Ergebnisse unserer Evaluierung und die daraus abzuleitenden Schlussfolgerungen werde ich in Absprache mit Herrn Nolte wohl während der Zeit der Grosso-Tagung in Baden-Baden berichten dürfen.

Vor 2 Wochen habe ich in Berlin an der Jurierung des Schülerzeitungswettbewerbs der Länder teilgenommen, für die sich 204 von insgesamt über 1.500 Schülerzeitungen in Deutschland qualifiziert hatten und den unsere Stiftung nun seit 3 Jahren unterstützt. Es hat mich sehr gefreut festzustellen, dass sogar in einigen dort vorzufindenden Schülerzeitungen unser Projekt ‚Zeitschriften in die Schulen‘ durch kleine Berichte seinen Niederschlag fand. Umgekehrt war es aber auch sehr interessant für mich festzustellen, dass sich Schülerzeitungen zwar durchaus engagiert für die Empfehlung von Büchern stark machen und sich intensiv und durchaus kritisch mit Neuen Medien auseinandersetzen, nicht wenige Schülerzeitungen plädieren für ein Revival des klassischen Liebesbriefes gegenüber der sms, aber nur 3 von diesen 204 Schülerzeitungen hatten sich mit dem vom Bundesverband Presse-Grosso ausgeschriebenen Sonderpreis-Thema ‚Wahre Welt – bunte Welt – Was erwarten junge Leser von Printmedien? ‚ befasst. Das verstärkt bei mir den Eindruck, den ich auch schon aus der Teilnahme am Runden Tisch der Leseförderungsinstitutionen gewonnen habe, nämlich, dass insbesondere mit Blickwinkel auf junge Menschen zwischen dem Buch einerseits und Neuen Medien, sei es nun Handy, Internet oder iPod, eine große Lücke klafft und das Bewusstsein über die Bedeutung von Printmedien und den Nutzwert von Printmedien dort nicht gerade sehr verbreitet ist. Ich gebe das an dieser Stelle als meinen persönlichen Eindruck wieder, weil ich meine, dass hier auch von den Print-Verlagen verstärkt Anstrengungen zu unternehmen sind, um die Generation im Alter zwischen 10 und 20 Jahren verstärkt für den Nutzwert von Zeitungen und Zeitschriften zu gewinnen bzw. zurück zu gewinnen.

Mit ihrer Unterstützung des Schülerzeitungswettbewerbs der Länder will die Stiftung Presse-Grosso zum Ausdruck bringen, dass uns die Zukunft der Printmedien und ihrer Leser, aber auch ihrer Macher, nämlich junger Journalisten und Redakteure, am Herzen liegt. Gegenwärtig unterstützt die BASF als Hauptsponsor diesen Wettbewerb. Ich werbe dafür, dass neben dem BDZV und dem STERN, der hier ebenfalls einen Sonderpreis vergibt, auch andere Vertreter der Printbranche sich fördernd engagieren.

Ebenfalls nachrichtlich erwähnen möchte ich an dieser Stelle, dass wir im Frühsommer diesen Jahres eine dritte hinsichtlich der Daten aus England und Frankreich vollständig überarbeitete Auflage des Gutachtens von Herrn Prof. Haller **„Informationsfreiheit und Pressevertrieb in Europa“** in deutscher und erstmals auch in englischer Sprache herausgeben werden. Der Universität Leipzig darf ich an dieser Stelle sehr herzlich dazu gratulieren, dass Deutschlands Chefredakteure den Studiengang Journalistik an der Universität Leipzig als besten benotet haben. Herr Eickelkamp, ich bitte sehr herzlich darum, dass Sie diese Glückwünsche an Herrn Prof. Haller weitergeben.

Hier möchte ich ankündigen, dass der Geschäftsführer des Bundesverbandes Presse-Grosso, Herr Albrecht und ich selbst, anknüpfend an eine von unserem Beiratsmitglied Hans-Dieter Müller begründete Seminarreihe, im Sommersemester 2007 an der Universität Leipzig im Studiengang Journalistik ein Seminar zu Pressevertriebsthemen anbieten, zu dem bis heute bereits 23 Studenten angemeldet sind.

Ich darf abschließend anmerken, dass wir die Beiträge des Tages wie auch die Podiumsdiskussion in geeigneter Form als kleine Druckschrift im Frühsommer diesen Jahres herausbringen werden, so dass Sie die Dichte und Fülle des heute gebotenen neuen Stoffes zu einem späteren Zeitpunkt in aller Ruhe nachlesen und auf sich wirken lassen können. Ich wünsche Ihnen und uns allen jetzt einen Tag voller starker Eindrücke, wegweisender Erkenntnisse und fruchtbarer Gedanken für eine positive Entwicklung des Pressevertriebs in unserem Lande.

Lieber **Herr Harbort**, darf ich Sie jetzt um Ihr Grußwort bitten.