

Matthias Hensel

## Brummund, Peter, Schwindt, Peter: Struktur und Organisation des Pressevertriebs

1986

<https://doi.org/10.17192/ep1986.4.7115>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hensel, Matthias: Brummund, Peter, Schwindt, Peter: Struktur und Organisation des Pressevertriebs. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 3 (1986), Nr. 4. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1986.4.7115>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Peter Brummund und Peter Schwindt: Struktur und Organisation des Pressevertriebs. Teil 1: Peter Brummund: Der deutsche Zeitungs- und Zeitschriftengroßhandel.- München: Saur 1985, 450 S., DM 42,-; Teil 2: Peter Schwindt: Zeitungen und Zeitschriften im Einzelhandel.- München: Saur 1985, 133 S., DM 28,-**

Die Intensivierung des Wettbewerbs durch elektronische Medien auch im lokalen Kommunikationsraum zwingt die Verlage nicht nur zur Angebotdiversifikation, sondern auch zur Optimierung betrieblicher Prozesse. Dem Vertrieb als einem besonders kostenintensiven Bereich

der Leistungsverwertung kommt in diesem Optimierungsprozeß zentrale Bedeutung zu. Brummund hat diesen betriebswirtschaftlichen Aspekt des Pressewesens erstmals umfassend und im Zusammenhang der gesamten Leistungserstellung analysiert. In Ergänzung zu Brummund beschreibt Schwindt den Pressevertrieb auf der Einzelhandelsebene. Beide Beiträge sind in der Schriftenreihe der 'Dortmunder Beiträge zur Zeitungsforschung' erschienen.

Brummund, der den Pressevertrieb aus eigener Berufserfahrung kennt, hat seine Untersuchung sehr breit angelegt. Wie ein roter Faden zieht sich durch das umfangreiche Werk das Bemühen, das derzeitige Pressevertriebssystem unter dem Gesichtspunkt der Informationsfreiheit des Zeitungs- und Zeitschriftenkäufers einer kritischen Beurteilung zu unterziehen. Die Informations- und Meinungsfreiheit des Art. 5 GG stellt das normative Kriterium dar, an dem Brummund die Realität mißt und ein eigenes Vertriebsmodell entwickelt. Auch für den nicht betriebswirtschaftlich vorgebildeten Leser sind diese Passagen des Buches deshalb von besonderem Interesse.

Sehr detailliert schildert Brummund zunächst die Struktur und Organisation des deutschen Pressevertriebs. Nachdem er sämtliche Formen der Vertriebsorganisation dargestellt und kritisch beleuchtet hat, kommt er zu dem Ergebnis, daß sämtliche praktizierten Vertriebswege unter dem Aspekt der Konsumentensouveränität möglicherweise Nachteile haben können, der Vertrieb über den Pressegrossisten für Verlage und Leser jedoch relativ mit den meisten Vorteilen ausgestattet sei. - Diese Vorteile des Grosso werden deutlich, wenn Brummund im nächsten Hauptteil der Untersuchung die vertriebslichen Besonderheiten bei Zeitungen und Zeitschriften beschreibt. Er nennt dabei vor allem das Remissionsrecht der nachgelagerten Handelsstufe, das originäre und derivative Dispositionsrecht und die vertikale Preisbindung. Zentrale Bedeutung hat in diesem Zusammenhang das Dispositionsrecht der Verlage und Grossisten, das die Versorgung der Leser auch mit Presseerzeugnissen sichert, die nur in geringer Auflage gedruckt werden: Brummund kommt zu dem Ergebnis, daß die Disposition im Sinne einer bestmöglichen Versorgung des Bürgers mit Presseerzeugnissen ein verfassungs- und medienpolitisches Ziel sei, das nicht Spielball des erwerbswirtschaftlichen Prinzips der Gewinnmaximierung von Handel und Verlagen sein dürfte. Sehr ausführlich beschreibt Brummund die historische Entwicklung und die Funktionsweise des deutschen Zeitungs- und Zeitschriftengroßhandels (Grosso). Als Funktionen des Grosso nennt er: Ausgleich zeitlicher Spannungen, Sortimentsfunktion, Umgruppierungsfunktion, Rahmenüberbrückungsfunktion, Informationsfunktion, Angebotsoptimierung und die Leistungsbereitschaft des Vertriebssystems.

Da der Verfasser das Grosso lediglich als relatives Optimum ansieht, spart er nicht mit Kritik an dieser Vertriebsform. Er erwähnt, daß Gebietsaufteilungen und -absprachen unter Grossisten stattgefunden haben, daß Grossisten ferner in Abhängigkeit von Großverlagen geraten können und formuliert zusammenfassend: "Die vom Neutralitätsgrundsatz geforderte gleichartige Behandlung aller Verlage steht in einem Spannungsverhältnis zu der Forderung der Großverlage nach Vorzugsbehandlung." (S. 292) Dieses Spannungsverhältnis untersucht Brummund im folgenden Kapitel, in dem er 'Angriffe auf das beste-

hende Grosso-Vertriebssystem' analysiert. Dabei handelt es sich vor allem um Prozesse vertikaler Konzentration zwischen Verlagen und Grossisten bzw. Grossisten und Einzelhändlern. In diesem aufschlußreichen, da mit Fakten und Fallbeispielen angereicherten Kapitel wird die Grundposition des Verfassers deutlich: Die Institution des Zeitungs- und Zeitschriftengroßhandels mit Gebiets-, Kunden- und Objektschutz ist unter betriebswirtschaftlichen Aspekten optimal für die Verlage und den Presse-Einzelhandel, bietet aber keine Gewähr für eine gleichartige Behandlung aller mit dem Grosso in Geschäftsbeziehung stehender Verlage (S. 418-419). Brummund entwirft deshalb ein Modell, das sämtliche Absatzwege für Zeitungen und Zeitschriften einbeziehen, den Vertrieb als Mittel im Konkurrenzkampf zwischen den Verlagen aber neutralisieren und gleichzeitig die Presse- und Informationsfreiheit der Leser bzw. Verlage sicherstellen soll. Er bezeichnet dies als das Modell der "Grosso-Abonnements-Vertriebsgesellschaften", das im wesentlichen gekennzeichnet ist durch die Straffung, Bündelung und regionale Monopolisierung der Vertriebswege im Pressewesen.

In der Terminologie der Wettbewerbstheorie schlägt Brummund damit die Bildung eines "wettbewerblichen Ausnahmebereichs" vor, wie er etwa im Bereich der Energie- und Wasserversorgung bereits existiert. Mit einer Vielzahl von Argumenten bemüht sich der Verfasser in der gesamten Untersuchung, diese Forderung zu stützen. Die Beweisführung bleibt jedoch an jenen Stellen nicht einleuchtend, an denen sie nicht mit betriebswirtschaftlichen Fallstudien belegt wird. Zu kritisieren ist auch, daß - obwohl die Untersuchung sehr breit angelegt ist - ein Kapitel fehlt, in dem sich der Verfasser mit den wettbewerbspolitischen Konsequenzen seiner Analyse auseinandersetzt.

Diese Kritikpunkte sollen jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, daß Brummund eine Untersuchung vorgelegt hat, die seit langem überfällig war und in der Argumentationstiefe und -breite einen wichtigen Beitrag zur Theorie und Erforschung der Medienwirtschaft darstellt.

Die Untersuchung von Schwindt ergänzt Brummunds ersten Teil. Während Brummund vor allem die Geschäftsbeziehungen zwischen Verlagen und Grossisten behandelt, analysiert Schwindt den Absatzweg Grosso - Einzelhandel. Er beschränkt sich dabei nicht nur auf betriebswirtschaftliche Fragestellungen, sondern untersucht auch kartellrechtliche Probleme. Inhaltliche und thematische Überschneidungen mit Brummund - vor allem in den einleitenden Kapiteln - bleiben nicht aus. Zum Verständnis der komplexen Materie sind diese Überschneidungen jedoch durchaus hilfreich, da grundlegende Zusammenhänge noch einmal in gestraffter Form, aber aus etwas anderer Perspektive dargeboten werden.

Nach diesen einleitenden, allgemeinen Kapiteln stellt Schwindt - vorwiegend unter juristischen Gesichtspunkten - vom Einzelhandel vorgebrachte 'Beschwerden' dar und fragt, ob diese Klagen gerechtfertigt waren. Als normatives Bewertungskriterium dient die Meinungs- und Informationsfreiheit. Als wichtigste Beanstandungen des Einzelhandels nennt Schwindt die Mengen- und Objektdisposition durch den Grossisten, Warenüberschwemmung als mißbräuchliche Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung und die Vorfinanzierung durch die

Einzelhändler. Schwindt kommt zu dem Ergebnis, daß das Dispositionsrecht der Verlage und Grossisten nicht nur eine betriebswirtschaftliche Notwendigkeit, sondern auch die Voraussetzung für Produktvielfalt im Pressewesen darstellt. Die Beanstandungen des Einzelhandels sind in diesem Fall also ungerechtfertigt. Anders sieht es bei der Warenüberschwemmung im Bereich der RCR-Produkte (Romane, Comics, Rätsel) aus. Dort bestehe tatsächlich eine Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung durch die Grossisten. Von einer Vorfinanzierung durch die Einzelhändler jedoch kann nach Ansicht des Verfassers nicht die Rede sein.

Im darauffolgenden Kapitel erörtert Schwindt recht ausführlich das Sonderproblem des Diskriminierungsverbots (§ 26 Abs. 2 GWB), das in Form von Liefersperrn der Grossisten bereits mehrfach die Juristen und das Bundeskartellamt beschäftigt hat. Er führt eine Güterabwägung zwischen der prinzipiellen Lieferpflicht der Grossisten und sachlich gerechtfertigten Gründen für die Lieferverweigerung (z.B. Nichtabnahme des Vollsortiments, Ausstattung und Lage des Verkaufsrums, Person des Einzelhändlers) durch. Da in jedem Einzelfall die Argumente unterschiedlich beurteilt werden müssen, spricht sich Schwindt gegen pauschale Lösungen aus. Als örtliche Schiedsstellen könnten seiner Meinung nach die Industrie- und Handelskammern fungieren.

Zum Schluß seiner Untersuchung hat Schwindt vier Vorschläge zur Harmonisierung der Geschäftsbeziehungen zwischen Grossisten und Einzelhandel formuliert: 1. Die probeweise Belieferung durch die Grossisten soll wegfallen, da dies einer Liefersperre gleichkomme. 2. Die An- oder Aberkennung des Lieferanspruchs soll von eindeutigen Kriterien abhängig gemacht werden. Schwindt schlägt die Anzahl der verkauften Titel als Entscheidungsgrundlage vor. 3. Die Handelsspanne im Einzelhandel soll angehoben werden, damit der Einzelhandel im Wettbewerb mit Kaufhäusern und Supermärkten bestehen könne. Dies liege langfristig auch im Interesse der Grossisten und Verlage. 4. Diese Forderungen können nur realisiert werden, wenn sich die Einzelhändler in einem Verband organisieren, dem Kaufhäuser und Supermärkte nicht angehören dürfen.

Die Zusammenfassung der inhaltlichen Schwerpunkte zeigt, daß Schwindt in seiner Untersuchung etwas andere Akzente gesetzt hat. Im Gegensatz zu Brummund, der die betriebswirtschaftliche Analyse in den Mittelpunkt stellt, betont Schwindt mehr die juristischen Aspekte des Pressevertriebs. Die Diskussion der kommunikationspolitischen Problematik gerät dadurch an einigen Stellen recht abstrakt; hier hätte der Verfasser zur Illustration die eine oder andere Fallstudie heranziehen können. Insgesamt erreicht die Arbeit von Schwindt dadurch nicht die analytische Tiefe des Beitrags von Brummund. Betrachtet man die beiden Bände als thematische Einheit, ergänzen sie sich vorzüglich, so daß beide zusammen ein Standardwerk über den deutschen Pressevertrieb darstellen.

Matthias Hensel