

Medienmitteilung

„Abonnement is the new black“: Jahrestagung des Bundesverbands Abonnement

- **Gestiegene Bedeutung von Abonnementauflagen während der Pandemie**
- **Ringeln um einen ausbalancierten Verbraucherschutz**
- **Martin Lange als Vorstandsvorsitzender bestätigt**

Berlin, 19.05.2021. Am 18.05.2021 hatte der Bundesverband Abonnement e.V. zu seiner virtuellen Jahrestagung eingeladen. „Abonnement is the new black“, sagte der Vorstandsvorsitzende des Verbands, Martin Lange, während seiner Begrüßung. Denn: Während der Corona-Krise haben klassische und neue Formen des Abonnements stark an Bedeutung gewonnen.

Wichtige Branchenvertreterinnen und -vertreter gaben im Rahmen der Tagung interessante Einblicke in ihre Arbeit und teilten ihre Erkenntnisse: „Eruption statt Disruption“ sagte Mathias Gehle, Inhaber von aim Advisory Interim Mentoring, für das zweite Halbjahr 2021 voraus: „Es wird stürmisch.“ Benjamin Barnack, Geschäftsführer Buzzscale UG und Vorstandsmitglied des Call Center Verbands Deutschland (CCV) nannte als wichtigste Herausforderung in den kommenden Monaten das Gesetz für faire Verbraucherverträge.

„Sinkende Umsätze bei den Anzeigen, bessere Zahlen im Vertrieb“, so fasste Verlagsleiter Andreas Schmutterer die Pandemieerfahrungen bei der Augsburger Allgemeinen zusammen. Auch im BurdaVerlag lief der Vertrieb – abgesehen vom Bahnhofsbuchhandel – gut, so Elisabeth Varn, CFO und COO des BurdaVerlags. Besonders stark entwickelten sich im vergangenen Jahr die Garten-, Living-, Kinder- und Rätseltitel.

Daniela Henze vom Deutschen Dialogmarketingverband (DDV) stellte die Erkenntnisse einer Branchenumfrage vor: Etwa ein Drittel der Unternehmen nahm während der Corona-Pandemie staatliche Hilfen in Anspruch – überwiegend in Form von Kurzarbeitergeld.

Jörg Markmeyer, Leiter IT und Prozessmanagement sowie Prokurist bei intan service plus, berichtete über die Arbeit des Fachbeirats „Service & Technik“. Dabei ging es unter anderem um die Beschleunigung der Erstbelieferung.

Gefährdet der Verbraucherschutz die Zukunft der Verlage?

An der anschließenden Diskussionsrunde über aktuelle Themen der Verbraucherpolitik nahmen teil:

- Staatssekretär Prof. Dr. Christian Kastrop aus dem Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz,
- Prof. Dr. Christoph Fiedler vom Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ),
- Dr. Bernd Nauen vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) sowie
- Martin Lange vom Bundesverband Abonnement.

Martin Lange blickte kritisch auf die zunehmende Regulierung und die Verkürzung von Dauerschuldverträgen wie sie das Gesetzesvorhaben „Faire Verbraucherverträge“ vorsieht: „Dadurch wird die Kalkulationsbasis unsicherer und für die Verbraucherinnen und Verbraucher wird es letzten Endes teurer.“

Laut Prof. Dr. Christoph Fiedler sind Abonnements für die Überlebensfähigkeit der Verlage zentral. Seiner Ansicht nach würde ihre automatische Verkürzung die Redaktionen vor große Probleme stellen und damit sogar die Pressefreiheit gefährden. Außerdem sprach er sich für mehr Freiheiten im Telefonmarketing aus – nach dem Vorbild anderer europäischer Länder. Dr. Bernd Nauen pflichtete ihm bei und wies darauf hin, dass es weiterhin möglich sein müsse, wirtschaftlich zu arbeiten.

„Wenn sich zeigen sollte, dass es wirklich zu existenzgefährdenden Problemen kommt, wird sicherlich jede Regierung zu Gesprächen bereit sein,“ lenkte Staatssekretär Prof. Dr. Christian Kastrop ein. „Verlage und Zeitungen haben meine ganze Sympathie. Aber es muss fair zugehen.“

Vorstandswahlen des Bundesverbands Abonnement

Bei der anschließenden Mitgliederversammlung wurde Martin Lange, Geschäftsführer der PVZ Pressevertriebszentrale GmbH & Co. KG, als Vorstandsvorsitzender des Bundesverbands Abonnement wiedergewählt. Als seine Stellvertreter wurden

- Andreas Klinkmann, Gesamtvertriebsleiter Funke Zeitschriften, und
- Frank Reh, Unternehmer,

bestätigt. Zum Finanzvorstand wurde Wilfried Paepcke, geschäftsführender Gesellschafter Data-Service GmbH, gewählt.

„Die Herausforderungen der Netzwerkökonomie, ordnungspolitische Regulierung sowie agile Innovationsfreude – das sind die aktuellen Themen der Abonnementbranche“, erklärt Martin Lange. „Als Verband werden wir unsere Stimme nutzen, um die Interessen unserer Mitglieder gegenüber der Öffentlichkeit und Politik zu vertreten.“

Moderiert wurde die Veranstaltung von Ludwig von Jagow, Geschäftsführer des Bundesverbands Abonnement.

Über den Bundesverband Abonnement e. V.

Der Bundesverband Abonnement vertritt mehr als 60 Mitgliedsunternehmen aus der Abonnentenwerbung und dem Vertrieb – darunter etliche Verlage. Er informiert über die Wertigkeit und Relevanz von Abonnements, veranstaltet regelmäßig Tagungen sowie Diskussionsrunden und setzt sich für ein gesetzeskonformes Abo- und Dialogmarketing ein. www.bvabo.de

Medienkontakt:

Geschäftsstelle des Bundesverbands Abonnement e.V.

Telefon: +49 30 3251215-38

info@bvabo.de