

Fragen und Antworten zum Verfahren des Bundeskartellamtes „Reform des Pressevertriebs in Deutschland“

11. Februar 2026

Inhalt

Wie ist der Pressevertrieb in Deutschland organisiert?	2
Was ist eigentlich „Grosso“?.....	2
Was hat es mit den „Grosso-Essentials“ auf sich?.....	2
Sind die „Grosso-Essentials“ nicht kartellrechtswidrig?	3
Was genau ist geplant?.....	4
Was hat es mit der Presse-Grosso-Allianz auf sich?	5
Was hat es mit der Verlagsholding auf sich?	6
Ist die PGA nicht parteiisch zu Gunsten ihrer Verlagsgesellschafter?	7
Haben die Großverlage über die 4Press nicht einen bestimmenden Einfluss in der PGA?	7
Was, wenn die PGA doch diskriminiert oder Händler nicht beliefert?	8
Künftig gibt es nur noch einen Grossisten – ist das nicht zu viel Macht in einer Hand?	9
Welche Unternehmensgründungen waren Gegenstand der Fusionskontrolle?	9
Wie wird der Systemwechsel genau stattfinden?	10
Ich bin Einzelhändler – von wem soll ich künftig Presse beziehen?	10
Wie wurden die Marktteilnehmer in das Verfahren eingebunden?	12
Was hat das Bundeskartellamt seit der ersten Marktkonsultation im November 2024 erreicht?	13
Werden die Presseregale in der Übergangszeit leer bleiben?	13

Wie ist der Pressevertrieb in Deutschland organisiert?

Gedruckte Zeitungen und Zeitschriften können in Deutschland entweder über Direktabonnements bei den jeweiligen Verlagen oder bei Einzelverkaufsstellen (v.a. Kiosks, Supermärkte, Lottoannahmestellen, Pressefachgeschäfte oder Buchhandlungen) gekauft werden. Die Einzelverkaufsstellen werden vom Pressegroßhandel („Grosso“) beliefert. Ausnahmen sind der Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel, welcher direkt von den Verlagen oder deren beauftragten Vertriebsunternehmen beliefert wird. Außerdem können Zeitschriften leihweise über sogenannte Lesezirkel bezogen werden. Etwa die Hälfte der gedruckten Presseerzeugnisse wird über das Grosso vertrieben.

Was ist eigentlich „Grosso“?

Als Grosso wird der Großhandel mit Presseerzeugnissen bezeichnet, insbesondere mit Zeitungen und Zeitschriften aber auch mit Romanen, Rätselheften sowie mit pressenahen Erzeugnissen wie etwa Sammelbildern. Derzeit gibt es 13 sogenannte „Grossisten“, also Unternehmen, die als Großhändler Presseerzeugnisse von den Verlagen beziehen. Sie stellen sodann für den Einzelhandel (wichtigste Ausnahme: Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel, s. o.) in Abhängigkeit der von ihm zur Verfügung gestellten Regalfläche ein Pressesortiment zusammen, welches am jeweiligen Standort vermutlich am besten verkäuflich ist. Dabei müssen die Grossisten in Hinblick auf die Verlage neutral agieren. Erfolgsversprechende, neue Titel kleiner Verlage werden also ebenso ins Sortiment aufgenommen wie reichweitenstarke Straßenverkaufszeitungen und Zeitschriften wie die „Bild“ oder die „Bunte“. Gleichzeitig werden im Grundsatz täglich alle Einzelhändler beliefert, die Presse in ihr Sortiment aufnehmen möchten, seien es Bäckereien, die oftmals lediglich zwei Zeitungen in der Auslage haben, oder Pressefachhändler mit einem Angebot von mehreren Hundert Zeitungen und Zeitschriften. Die Diskriminierungsfreiheit des Pressevertriebs (mit Blick auf Verlage) und Überallerhältlichkeit von Presse sind zwei wichtige Bestandteile der sogenannten „Essentials“ des Pressegroßhandels in Deutschland.

Was hat es mit den „Grosso-Essentials“ auf sich?

Die sogenannten „Essentials“ des Pressegroßhandels wurden auf Anregung des damaligen Bundesministers für Wirtschaft und Arbeit und der damaligen Bundesbeauftragten für Kultur und Medien in der so bezeichneten „Gemeinsamen Erklärung“ des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. (VDZ), Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger e.V. (BDZ; seit 2019 Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger e.V.) und des Bundesverbands Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V. (Bundesverband Presse-Grosso, BVPG) vom 19. August 2004 als Selbstverpflichtung festgelegt. Ziel war es, ein leistungsfähiges Sortiments-Grosso zu erhalten, das weiterhin Neutralität im Vertrieb, den Marktzutritt für alle Zeitungen und Zeitschriften und damit die Pressevielfalt im Einzelhandel garantiert.

Anders als sonst im Einzelhandel üblich, kann der Einzelhändler keine Auswahl bestimmter Presseerzeugnisse bestellen, die er verkaufen möchte. Vielmehr bestellt er ein Pressesortiment, das vom Grossisten mit dem Ziel der Bestverkäuflichkeit zusammengestellt wird (**Sortiments- und Mengendispositionsrecht**). Die Verlage entscheiden insbesondere über die Gesamtauflage des Titels, die vertrieben werden soll. Die nachgelagerten Handelsstufen erhalten als Ausgleich ein **Remissionsrecht**. Danach können unverkaufte Presseexemplare gegen vollständige Rückvergütung zurückgegeben (remittiert) werden – womit die Verlage letztlich ganz überwiegend das wirtschaftliche Absatzrisiko tragen.

Die Verlage verpflichten sich, in einem Gebiet nur einen Grossisten zu beliefern; dieser Grossist darf wiederum keine Endverkaufsstellen außerhalb seines Vertriebsgebiets beliefern (**Gebietsmonopole**).

Die für die Vergütung der Grossisten maßgeblichen und vom Umsatz mit den Presseerzeugnissen abhängigen, sogenannten **Handelsspannen** sowie die sonstigen Kooperationskonditionen wurden bislang zwischen einer aus Vertreterinnen und Vertretern weniger Verlage bestehenden „Verlagsallianz“ und dem Bundesverband Presse-Grosso (BVPG) im Voraus für mehrere Jahre ausgehandelt. Die solchermaßen verhandelten Handelsspannen sind einheitlich gültig und hängen im Wesentlichen von der bundesweit verkauften Menge sowie dem bundesweiten Umsatz ab.

Der Preis für die Abgabe der Presseerzeugnisse an Endkundinnen und Endkunden sowie die Einzelhandelsspanne als Differenz von Endverkaufspreis und Grossoabgabepreis wird von den Verlagen festgelegt (**vertikale Preisbindung**).

Sind die „Grosso-Essentials“ nicht kartellrechtswidrig?

Die Essentials des Pressevertriebs beschränken den Wettbewerb und würden grundsätzlich unter das Kartellverbot nach § 1 GWB bzw. Art. 101 Abs. 1 AUEV fallen. Der Gesetzgeber hat jedoch für den Pressevertrieb gesetzliche Ausnahmen vorgesehen.

Die vertikale Preisbindung von Verlagsserzeugnissen ist bereits seit Inkrafttreten des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen im Jahr 1958 von dem Kartellverbot ausgenommen (heute § 30 Abs. 1 GWB). Dessen Einführung wurde mit dem kulturpolitischen Zweck der vielfältigen und flächendeckenden Versorgung mit Printmedien begründet.

Mit der 8. GWB-Novelle wurde im Jahr 2013 nach einem Urteil des Landgericht Köln¹ bzw. des Bundesgerichtshofs² auf Anregung des Bundesrats³ § 30 Abs. 2a GWB eingeführt. Danach sind sogenannte Branchenvereinbarungen zwischen Verlagen und Grossisten vom allgemeinen Kartellverbot ausgenommen, wenn sie einen flächendeckenden und diskriminierungsfreien Vertrieb von Presseerzeugnissen regeln.

Dadurch sollte nach den Erwägungen des Gesetzgebers das bestehende Presse-Grosso-Vertriebssystem abgesichert werden. Denn es habe maßgeblich dazu beigetragen, flächendeckend ein vielfältiges und neutrales Angebot von Presseerzeugnissen in Deutschland zu gewährleisten, wodurch ein wichtiger Beitrag zur Gewährleistung der Meinungsfreiheit geleistet werde. Insbesondere kleinen Titeln bzw. Titeln mit einer kleineren Auflage ver helfe das Presse-Grosso-System zu einem diskriminierungsfreien Zugang zum Lesermarkt.⁴

Nach dem Wortlaut der Norm darf auch ausdrücklich die Vergütung der Grossisten in einer Branchenvereinbarung geregelt werden. Damit ist auch der Preiswettbewerb zwischen den Grossisten ausgeschlossen. Unabhängig davon unterliegen die Grossisten aber weiterhin der allgemeinen Missbrauchsaufsicht nach § 19ff. GWB.

¹ LG Köln, Urteil vom 14.02.2012 – 88 O (Kart) 17/11.

² BGH, Urteil vom 24.10.2011, KZR /10 – *Grossistenkündigung*, NJW 2012, 773, 775. Hier hieß es: „Bei der gebietsbezogenen Alleinauslieferung, die Grundlage des Grosso-Systems ist, handelt es sich um eine Wettbewerbsbeschränkung, die nur zulässig ist, wenn sie die Freistellungsvoraussetzungen des § 2 Abs. 1 GWB erfüllt.“

³ BT-Drs. 17/9852, S. 41, 49.

⁴ BT-Drs. 17/11053, S. 18.

Der Bundesgerichtshof⁵ hat 2015 die Vereinbarkeit des praktizierten Presse-Grosso-Systems mit dem novellierten Kartellrecht bestätigt. Er wies in seinem Urteil hin auf „das seit Jahrzehnten unbestritten positive Marktergebnis im deutschen Pressevertrieb, das durch die Überallerhältlichkeit von Pressetiteln und den diskriminierungsfreien Zugang insbesondere auch von Titeln kleinerer Verlage und von Titeln mit kleinerer Auflage zum Lesermarkt gekennzeichnet ist ..., in einem System der gebietsbezogenen Alleinauslieferung ...“⁶

Was genau ist geplant?

Das erklärte Ziel der Reform des Pressevertriebs ist es, künftig auch bei den zu erwartenden, weiter fallenden Absatzmengen gedruckter Presseerzeugnisse einen wirtschaftlich tragfähigen Pressevertrieb sicherzustellen. Künftig soll anstelle von derzeit 13 Grossisten nur noch ein zentraler Pressegroßhändler, die Presse-Grosso-Allianz GmbH & Co. KG [„PGA“], in Deutschland tätig sein.

Die PGA wird (im Preis gebundene) Zeitungen und Zeitschriften einkaufen und nach Aufschlag der bereits heute gültigen Handelsspannen an den Einzelhandel weiterverkaufen. Die PGA ist an die „Essentials“ des Pressevertriebs und insbesondere den Grundsätzen eines diskriminierungsfreien und flächendeckenden Pressevertriebs gebunden. Ihre Leistungen sollen allen Verlagen offenstehen. Die PGA wird dabei als „Low-Profit-Gesellschaft“ geführt werden, d. h. ihr Betrieb wird kostendeckend, aber nicht auf eine dauerhafte Gewinnmaximierung ausgelegt sein.

Die heute geltenden Handelsspannen sollen bis Ende 2030 unverändert bleiben. Das bedeutet, dass die Verlage ihre Presse zu den bestehenden Konditionen von der PGA vertreiben lassen können. Für die Zeit danach ist vorgesehen, das Handelsspannen-Preissystem durch ein System von Logistikpreiskomponenten – z. B. Stückpreis oder Preis je beliefertem Einzelhändler – zu ersetzen und willkürfrei anhand geeigneter Preisindizes etwa des Statistischen Bundesamtes anzupassen. Gleichzeitig ist auf Wunsch des Arbeitskreises Mittelständischer Verlage (AMV) vorgesehen, dass die Konditionen für Zeitschriften von einer branchenrepräsentativen Gruppe von Zeitschriftenverlagen angepasst werden können, um tatsächlichen oder wahrgenommenen Ungleichbehandlungen innerhalb der Gruppe der Zeitschriftenverlage entgegenzuwirken.

Die administrativen Aufgaben des Pressevertriebs sollen künftig zentral durch die PGA wahrgenommen werden. Sie wird Vertragspartnerin der Verlage bzw. der von ihnen beauftragten Nationalvertriebe einerseits und des Einzelhandels andererseits. Damit übernimmt sie insbesondere die gesamte Abrechnungs- und Zahlungsabwicklung.

Zur Ausführung der Logistik vergibt die PGA Logistikaufträge an ihre Systempartner. Gegenstand der Logistikaufträge sind die Anlieferung der Presseerzeugnisse an die Endverkaufsstellen des Einzelhandels sowie deren Rücknahme (sogenannte Remission). Im Vergleich zum heutigen System soll die Zahl der Logistikgebiete (schrittweise) verringert und logistisch optimiert werden. Im Ergebnis sollen vier große Gebiete bestehen, in denen die Auslieferung der Presseerzeugnisse für ganz Deutschland lückenlos organisiert wird.

Die Systempartner und die PGA werden den Umfang der Leistungen, die zu den Handelsspannen-Konditionen für Presseobjekte erbracht werden, nicht verändern. Ausgenommen ist lediglich der Abbau einzelner Leistungsbestandteile, der nur unter strengen Voraussetzungen möglich ist und hohe

⁵ BGH, Urteil vom 6.10.2015, KZR 11/14 – *Zentrales Verhandlungsmandat*, 3. Leitsatz (juris).

⁶ BGH, Urteil vom 6.10.2015, KZR 11/14 – *Zentrales Verhandlungsmandat*, Rn. 55 (juris).

Zustimmungsquoren in der Verlagsholding erfordert. Zudem bieten die PGA bzw. die Systempartner sämtlichen Verlagen bzw. Nationalvertrieben an, die zum -Startdatum der PGA bestehenden Vereinbarungen zu sogenannten pressenahen Produkten unverändert fortzuführen. Die Regelungen zum Schutz der Handelsspannen können nur geändert werden, wenn sämtliche an der Verlagsholding beteiligten Verlage zustimmen.

Was hat es mit der Presse-Grosso-Allianz auf sich?

Anders als bei den meisten der heutigen Grossisten werden an der Presse-Grosso-Allianz GmbH & Co. KG („PGA“) auch Verlage beteiligt sein. Gesellschafter der PGA werden mit 40 Prozent der Anteile verschiedene Verlage über die zu gründende Deutsche Grossoverlagsholding GmbH & Co. KG [„Verlagsholding“], drei heute verlagsunabhängige Grossisten⁷ über die Systempartner Holding GmbH & Co. KG [„Systempartnerholding“] mit ca. 39 Prozent und die 4Press GmbH & Co. KG [„4Press“] als Grossist mit Verlagsbeteiligung mit ca. 21 Prozent.

Die Verlagsholding soll zunächst von elf Verlagen⁸ gegründet werden. Nach ihrer Gründung wird sie aber auch allen an einer Gesellschafterstellung interessierten Verlagen offenstehen. Diese können sich je nach ihrem Umsatz entweder direkt oder indirekt über sogenannte „Kleinverlagsholdings“ an ihr beteiligen.

PGA wird gegenüber den Verlagen und dem Einzelhandel für den gesamten Pressevertrieb verantwortlich sein. Intern trennt sie ihre Aufgaben in die Bereiche „Administration“ und „Logistik“. Der Bereich „Administration“ fällt in die Zuständigkeit der PGA. Sie wird Vertragspartnerin der Verlage bzw. Nationalvertriebe einerseits und des Einzelhandels andererseits, so dass insbesondere die gesamte Abrechnungs- und Zahlungsabwicklung über die PGA erfolgt.

Zur Ausführung der „Logistik“ vergibt die PGA Logistikaufträge an die sogenannten Systempartner; dies sind vier schon heute tätige Grossisten, namentlich die drei Gesellschafter der Systempartnerholding sowie die 4Press. Gegenstand der Logistikaufträge sind die Auslieferung der Presseerzeugnisse an die Endverkaufsstellen des Einzelhandels sowie deren Rücknahme (sogenannte Remission).

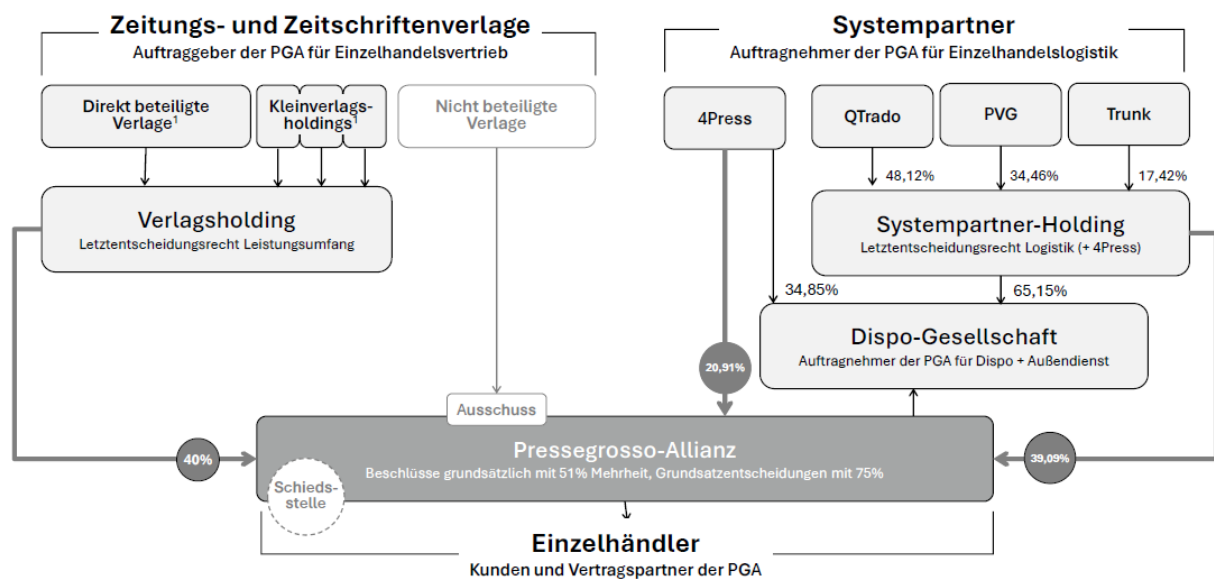
Mit der Pressedisposition und dem Außendienst wird die PGA Vertriebs GmbH & Co. KG („Dispositionsgesellschaft“) beauftragt, an der lediglich die vier Systempartner beteiligt sind, von denen keiner einen alleinkontrollierenden Einfluss hat. Der Geschäftsführende wird von der Systempartnerholding als Mehrheitsgesellschafter bestimmt.

Das nachfolgende Schaubild illustriert die geplante Struktur des Pressevertriebs:

⁷ PVG Presse-Vertriebs-Gesellschaft mbH & Co. KG („PVG“), QTRADO GmbH & Co. KG („QTRADO“) und die Presse-Vertrieb Hermann Trunk GmbH & Co. KG („Trunk“).

⁸ Vorbehaltlich der Zustimmung der zuständigen Gremien sind dies: Heinrich Bauer Verlag KG, Axel Springer Deutschland GmbH, Burda Gesellschaft mit beschränkter Haftung, FUNKE Mediengruppe GmbH & Co. KGaA, Gruner + Jahr Deutschland GmbH, Martin Kelter Verlag GmbH & Co. KG, Medienholding Klambt GmbH & Co. KG, SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG, VF Verlagsgesellschaft mbH, Süddeutsche Zeitung GmbH, Frankfurter Allgemeine Zeitung Gesellschaft mit beschränkter Haftung.

Abbildung 1: Struktur des geplanten Pressevertriebs



¹ Die Stimmrechte der Gesellschafter, nicht aber ihre Kapitalanteile, werden alle zwei Jahre den Marktanteilen am Gesamtumsatz angepasst

Die PGA wird von der Verlagsholding, der 4Press und der Systempartnerholding gemeinsam kontrolliert werden. In der Gesellschafterversammlung gilt in vielen Fällen die einfache Mehrheit, so dass keiner der drei Gesellschafter allein bestimmen kann. In bestimmten Fällen sind qualifizierte Mehrheiten erforderlich, sodass die Systempartnerholding oder die Verlagsholding Entscheidungen blockieren können. Die PGA wird zwei Geschäftsführende haben. Ein Geschäftsführender wird auf Vorschlag der Systempartner und ein weiterer auf gemeinsamen Vorschlag der Verlagsholding und der 4Press ernannt.

Gesellschafterbeschlüsse der PGA werden grundsätzlich mit einfacher Mehrheit getroffen. Teilweise bedürfen Gesellschafterbeschlüsse aber auch einer Mehrheit von 75 Prozent der abgegebenen Stimmen. Hierzu gehören etwa Beschlüsse, die Weisungen an die Geschäftsführung der Komplementärin der PGA enthalten. Manche Gesellschafterbeschlüsse bedürfen sogar der Einstimmigkeit. Hierzu gehören etwa Beschlüsse, die den Grundsatz der erscheinungstäglichen Auslieferung einschränken.

???

Der Beirat der PGA soll sich aus sieben Mitgliedern zusammensetzen; drei von ihnen werden auf Vorschlag der Verlagsholding gewählt, drei auf Vorschlag der Systempartner-Holding und ein Mitglied auf Vorschlag der 4Press. In der Verlagsholding wiederum haben die sogenannten „Kleinverlagskommanditisten“ (mit einem Stimmrechtsanteil von unter zwei Prozent) das Vorschlagsrecht für eines der drei in die PGA zu entsendenden Beiratsmitglieder. Der Beirat der PGA entscheidet zumeist mit einfacher Mehrheit.

Einzelheiten zur Verfasstheit der PGA können dem [verlinkten Gesellschaftsvertrag](#) entnommen werden.

Was hat es mit der Verlagsholding auf sich?

Aufgabe der Verlagsholding soll es sein, die Interessen der Verlage in der PGA zu vertreten. Der Stimmrechtsanteil jedes Gesellschafter in der Verlagsholding entspricht grundsätzlich seinem Gesamtumsatz im Verhältnis zum Gesamtumsatz aller Gesellschafter; ein einzelner Verlag kann jedoch nie mehr als 24,99 Prozent der Stimmrechte innehaben (Deckelung).

An der Verlagsholding kann sich grundsätzlich jeder in Deutschland tätige Presseverlag beteiligen. Voraussetzung für eine unmittelbare Beteiligung ist allerdings, dass der Verlag mindestens 0,25 Prozent des deutschen Grossumsatzes („Umsatzanteil“) ausmacht. Liegt der Umsatzanteil eines Verlags unter 0,25 Prozent, kann er sich mit anderen Verlagen zu einer sogenannten „Kleinverlagsholding“ zusammenschließen. Erreichen die an der Kleinverlagsholding beteiligten Verlage zusammen einen Umsatzanteil von 0,25 Prozent, kann sich die Kleinverlagsholding an der Verlagsholding beteiligen. Damit wird allen Verlagen eine unmittelbare oder mittelbare Beteiligungsmöglichkeit an der Verlagsholding und damit mittelbar an der PGA eröffnet.

Die Verlagsholding wird durch keinen ihrer Verlagsgesellschafter kontrolliert. Grundsätzlich genügt für Gesellschafterbeschlüsse der Verlagsholding eine einfache Mehrheit. Einige Entscheidungen sind jedoch mit qualifizierter Mehrheit zu treffen. Teilweise sind auch einstimmige Beschlüsse (z.B. für die Änderung von Auslieferungstagen) oder Beschlüsse mit einer Mehrheit von 95 Prozent (z. B. bei der Abwahl von Leistungsbausteinen) vorgesehen.

Einzelheiten zur Verfasstheit der Verlagsholding können dem [verlinkten Gesellschaftsvertrag](#) entnommen werden.

Ist die PGA nicht parteiisch zu Gunsten ihrer Verlagsgesellschafter?

Damit der Pressevertrieb weiterhin diskriminierungsfrei abläuft und die PGA nicht die Titel ihrer Verlagsgesellschafter bevorzugt, wurden zahlreiche Vorkehrungen getroffen.

So erfolgt die Zusammenstellung der Pressesortimente, die die PGA an den Einzelhandel liefert, nicht durch die PGA selbst, sondern sie beauftragt die PGA Vertriebs GmbH & Co. KG („Dispositionsgesellschaft“). An dieser werden aber nur die Systempartner Holding und die 4Press, nicht jedoch Verlage oder die Verlagsholding Anteile halten. Weiterhin wird die Dispositionsgesellschaft den Außendienst für die PGA übernehmen.

Die Dispositionsgesellschaft wird also frei vom Einfluss der Verlage für die PGA die Disposition und den Außendienst übernehmen. Die Disposition betrifft die Zusammenstellung und Mengenplanung der Pressesortimente, die die PGA an den Einzelhandel liefert, sowie die Steuerung der logistischen Auftragsvergabe. Der Außendienst umfasst die Kommunikation mit dem Einzelhandel, einschließlich der Beratung zur Förderung und Optimierung des Presseverkaufs.

An dem Entscheidungsprozess darüber, welche Titel an die verschiedenen Einzelhändler geliefert werden und wie sie präsentiert werden sollen, ändert sich im Vergleich zu heute nichts. Maßgeblich bleiben hier weiterhin insbesondere das KVM⁹ und die „Hamburger Beschlüsse zum Sortimentsmanagement im Rahmen der Presse-Disposition“. Entscheidend kommt es demnach auf die Verkäuflichkeit eines Titels am jeweiligen Einzelhandels-Standort an. Strategische Erwägungen einzelner Verlage werden dagegen nicht berücksichtigt.

Haben die Großverlage über die 4Press nicht einen bestimmenden Einfluss in der PGA?

Ausgehend von der Anteils- und Stimmrechtsverteilung in den maßgeblichen Entscheidungsorganen der PGA hätten die Verlagsparteien zusammen mit der mehrheitlich in Verlagshand stehenden 4Press eine Anteilsmehrheit von 61 Prozent an der PGA gehabt und die Mehrheit der Mitglieder des Beirates

⁹ „Koordiniertes Vertriebsmarketing: Gemeinsamer Leistungsrahmen für Grosso und Verlage“ (2012).

(vier von sieben) gestellt. Dadurch hätten die Verlage zahlreiche Entscheidungen zu ihren Gunsten herbeizuführen können, bei denen eine einfache Mehrheit als Quorum vorgesehen ist.

Daher ist die Gesellschafterstruktur bzw. die Governance der 4Press für die Bewertung des FFF-Projektes von großer Bedeutung. Das Bundeskartellamt hat hier auf bestimmte Änderungen hingewirkt: Im Ergebnis wird die Presseservice Nord GmbH & Co. KG („PSN“), eine verlagsunabhängige Grossistin, als Kommanditistin in die 4Press eintreten. Gleichzeitig wurde durch strukturelle Maßnahmen sichergestellt, dass die verlagsunabhängigen Gesellschafter¹⁰ der 4Press nicht gegen ihren Willen aus der Gesellschaft ausgeschlossen werden können. Der von den verlagsunabhängigen Gesellschaftern zu benennende Geschäftsführende der 4Press nimmt die Vertretung des Unternehmens in der PGA bzw. in der Dispositionsgesellschaft wahr und entscheidet dort nach eigenem Ermessen. Für eine Weisung bedarf es einer Mehrheit von 75 Prozent und damit selbst bei Einigkeit aller Verlagsgesellschafter der Zustimmung zumindest eines verlagsunabhängigen Gesellschafters. Ähnliches gilt für die Absetzung des von den verlagsunabhängigen Gesellschaftern bestellten Geschäftsführenden. Zudem werden im Beirat künftig zwei von neun Mitgliederinnen oder Mitglieder von den verlagsunabhängigen Gesellschaftern benannt; angesichts der Erforderlichkeit einer Mehrheit von 80 Prozent im Beirat kann dementsprechend auch hier kein Beschluss gegen den gemeinsamen Willen der verlagsunabhängigen Gesellschafter gefasst werden.

In der Gesamtschau wurden daher hinreichende strukturelle Vorkehrungen innerhalb der PGA getroffen, um auszuschließen, dass die Verlage die 4Press als Vehikel zur Durchsetzung ihrer Interessen in der Dispositionsgesellschaft bzw. in der Gesellschafterversammlung oder im Beirat der PGA nutzen. In der Gesellschafterversammlung der PGA hätten die Verlage mit 40 Prozent der Stimmanteile keine Mehrheit, im mit einfacher Mehrheit entscheidenden Beirat stellten die Verlage nur noch drei von sieben Mitgliedern. Somit sind strukturell die Voraussetzungen erfüllt, die erforderlich sind, damit 4Press, QTRADO, PVG und Trunk in der PGA im Sinne der etablierten Grosso-Grundsätze eines neutralen Pressevertriebs zusammenarbeiten können.

Was, wenn die PGA doch diskriminiert oder Händler nicht beliefert?

Hierfür wird es – anders als heute – eine „Clearingstelle“ geben. Diese nimmt Beschwerden von Kunden der PGA (Einzelhändlern oder Verlagen bzw. Nationalvertrieben) entgegen und entscheidet über diese. Die Entscheidungen der Clearingstelle sind dabei für die PGA verbindlich.

Es wird sich dabei um ein Gremium aus fünf Mitgliedern handeln, von denen drei auf Vorschlag der Verbände der Verlagswirtschaft, eines auf Vorschlag eines Einzelhandelsverbandes und eines auf Vorschlag der PGA hin entsendet werden. Kein Mitglied darf dem Beirat oder einem Entscheidungsorgan der der PGA oder eines ihrer Gesellschafter angehören.

Inhalt von Beschwerden bei der Clearingstelle können Verstöße gegen die Neutralität des Pressevertriebs, gegen die Regelung der Handelsspannen und die Schlecht- oder Nichtbelieferung mit Presse sein. Die Rügefrist beträgt drei Monate. Wenn die Geschäftsführung der PGA der Rüge nicht innerhalb eines Monats abhilft, kann bei der Clearingstelle eine Beschwerde eingelegt werden. Über diese wird dann innerhalb eines Monats, bzw. wenn Beweise erhoben werden müssen innerhalb von zwei Monaten entschieden.

¹⁰ Frankenthaler Pressevertrieb GmbH & Co. KG und PSN.

Bei begründeten Beschwerden kann die Clearingstelle die PGA und ggf. die Dispositionsgesellschaft zu geeigneten Abhilfemaßnahmen verpflichten. Damit existiert künftig eine unabhängige Schiedsstelle, die die Kundinnen und Kunden der PGA zeitnah und wirkungsvoll bei Verstößen gegen die Überallerhältlichkeit von Presse und ihren diskriminierungsfreien Vertrieb schützt.

Künftig gibt es nur noch einen Grossisten – ist das nicht zu viel Macht in einer Hand?

Der deutsche Gesetzgeber bewertete den diskriminierungsfreien und flächendeckenden Pressevertrieb als Dienstleistung von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse und nahm ihn trotz der seinerzeit schon bestehenden Gebietsmonopole der Altgrossisten im Jahr 2013 vom allgemeinen Kartellverbot aus (§ 30 Abs. 2a GWB).

Zwar gibt es derzeit eine Vielzahl von Grossisten, diese sind jedoch bereits jetzt allesamt als Monopolisten in ihrem Vertriebsgebiet zu bewerten, die in keinem Wettbewerbsverhältnis zueinander stehen. Ein Verlag, der seine Presseprodukte in einer bestimmten Stadt oder Gemeinde verkaufen möchte, hat auch heute schon keine Wahl zwischen verschiedenen Grossisten. Gleiches gilt für die Einzelhändler in diesen Städten oder Gemeinden. Verlage und Einzelhändler können den Grossisten also im Fall schlechter Leistung nicht wechseln. Im Zuge des FFF-Projektes werden mithin 13 regional tätige Monopolisten durch einen deutschlandweit tätigen Monopolisten ersetzt. Hinsichtlich der bereits jetzt bestehenden Monopolstellung ändert sich durch die Anpassungen also nichts. Gleichzeitig ist es der PGA möglich, über bislang bestehende Gebietsmonopolgrenzen hinweg die Logistik zu optimieren und Dienstleistungen wie etwa IT und Buchhaltung zu zentralisieren. Hieraus dürften erhebliche Kosteneinsparungen resultieren, welche den Pressevertrieb in Zeiten nachhaltig sinkender Presseverkaufszahlen zukunftssicher und für die Verlage bezahlbar machen sollen.

Vor diesem Hintergrund sowie der beschriebenen strukturellen Vorkehrungen zum zukünftigen Pressevertrieb in der PGA hält das Bundeskartellamt ein Einschreiten nicht für erforderlich.

Die Würdigung des Gesamtvorhabens durch das Bundeskartellamt auch unter Ermessens Gesichtspunkten können Sie in dem [hier verlinkten](#) Schreiben nachlesen.

Welche Unternehmensgründungen waren Gegenstand der Fusionskontrolle?

Bei der Umsetzung des FFF-Projektes werden mehrere Unternehmen neu gegründet. Diese Gründungen sind zum Teil fusionskontrollpflichtig. Am 20.01.2026 wurden die folgenden drei Zusammenschlussvorhaben beim Bundeskartellamt angemeldet¹¹:

- Gründung der Systempartner Holding GmbH & Co. KG durch die PVG Presse-Vertriebs-Gesellschaft mbH & Co. KG, die QTRADO GmbH & Co. KG und die Presse-Vertrieb Hermann Trunk GmbH & Co. KG;
- Gründung der Presse-Grosso-Allianz GmbH & Co. KG durch die Systempartner-Holding, die 4Press GmbH & Co. KG und die Verlagsholding GmbH & Co. KG und
- Gründung der PGA Vertriebs GmbH & Co. KG durch die Systempartner Holding GmbH & Co. KG und die 4Press GmbH & Co. KG.

¹¹ B6-26/26.

Alle drei Zusammenschlussvorhaben erfüllen nicht die fusionskontrollrechtlichen Untersagungsvoraussetzungen und wurden daher vom Bundeskartellamt freigegeben. Grund dafür ist insbesondere, dass schon heute kein Wettbewerbsverhältnis zwischen den Beteiligten besteht, welches durch den Zusammenschluss geschwächt werden könnte. Rückwirkungen auf die Lesermärkte sind nicht zu erwarten, da die aktuellen Vergütungsregelungen bis Ende 2030 fortgeführt und institutionelle Vorkehrungen zur Sicherung eines diskriminierungsfreien Vertriebs getroffen werden.

Wie wird der Systemwechsel genau stattfinden?

Der Übergang vom heutigen System zur PGA als einzigem Grossisten soll sich in mehreren Stufen vollziehen. In der sogenannten „Migrationsstufe 1“ sollen fünf heute tätige Grossisten (QTRADO, PVG, Trunk, 4Press¹² und PSN¹³) in ihren Stammgebieten tätig bleiben und zusätzlich ab 2027 in zwei Phasen die Gebiete der acht übrigen Grossisten („Erweiterungsgebiete“) erschließen. Dort könnte es dazu kommen, dass vorübergehend zwei Grossisten ihre Dienste anbieten. Die Gebiete werden anschließend überplant, um den Logistikaufwand für die Zukunft zu reduzieren.

Sobald die Erschließung der Erweiterungsgebiete in ganz Deutschland abgeschlossen ist, kann die sogenannte „Migrationsstufe 2“ beginnen. Die PGA tritt dann in die Rolle des zentralen Grossisten ein und übernimmt die Vertragsbeziehungen der Systempartner zu den Verlagen (bzw. Nationalvertrieben) und zum Einzelhandel. Die Systempartner übertragen der PGA sodann zu jeder Vertriebsstelle diverse Kundendaten und Objektstatistiken. Parallel dazu baut sie eine einheitliche IT-Infrastruktur und eine einheitliche Grosso-Warenwirtschaft auf.

Die Systempartner haben den heute in den Erweiterungsgebieten tätigen Grossisten angeboten, als Logistikpartner bei der flächendeckenden Versorgung der Auslieferungsgebiete mitzuwirken. Die PSN hat dieses Angebot bereits angenommen und wird in weiten Teilen ihres heutigen Liefergebietes tätig bleiben und weitere Gebiete erschließen. Im späteren Verlauf wird PSN im Auftrag von QTRADO und der 4Press als Logistikpartner tätig bleiben. Soweit die derzeit in den Erweiterungsgebieten tätigen Grossisten nicht als Logistikpartner mitwirken, werden die Systempartner eigenständig eine Logistikstruktur aufbauen.

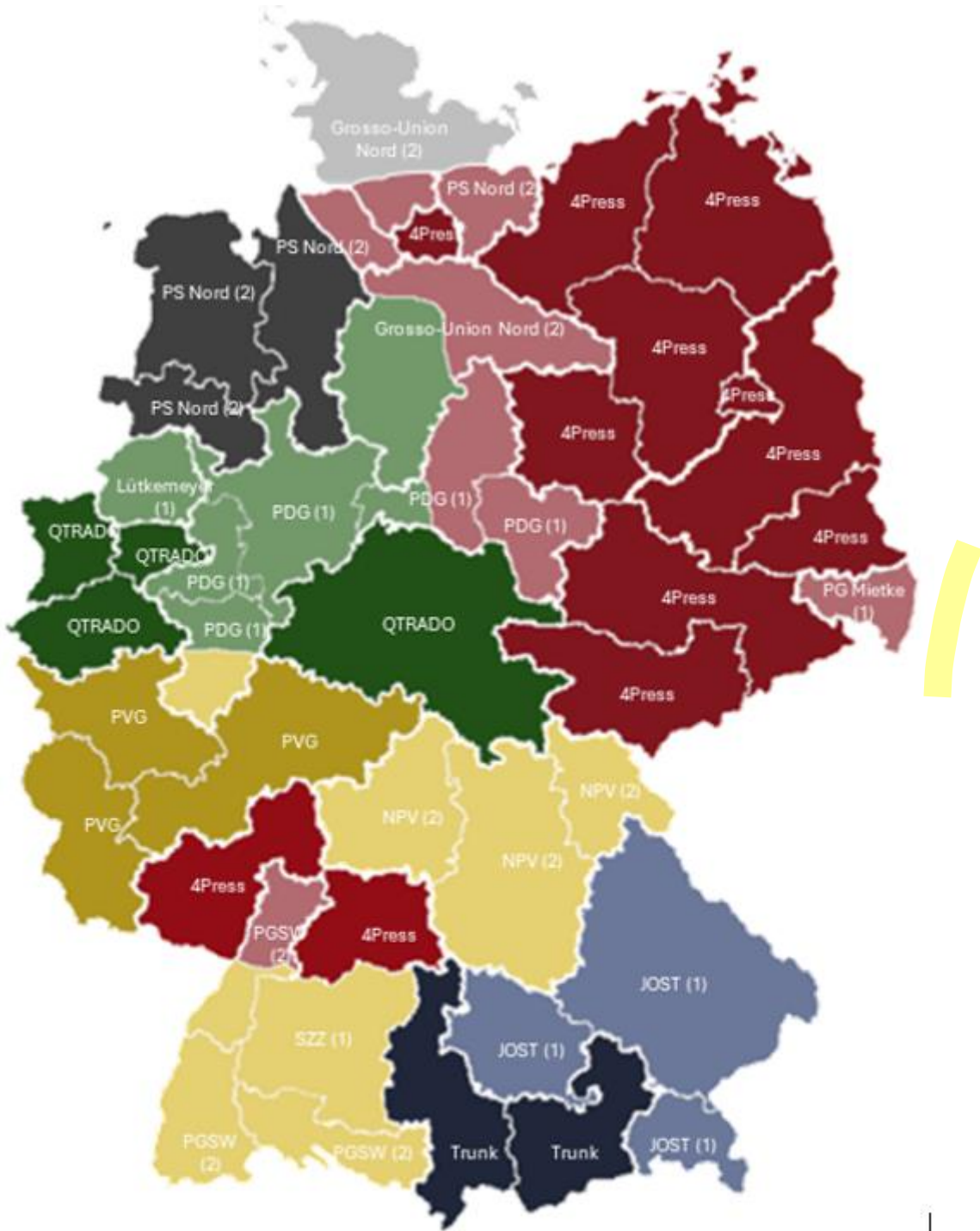
Ich bin Einzelhändler – von wem soll ich künftig Presse beziehen?

Soweit Einzelhändler bereits bislang von 4Press, QTRADO, PSN¹⁴, PVG oder Trunk als Pressegrossist beliefert werden, ändert sich bei Umsetzung des FFF-Projektes zunächst nichts. Die übrigen Einzelhändler sollen vorerst ebenfalls von einem dieser fünf Grossisten beliefert werden. Welcher Grossist nach den Plänen der FFF-Arbeitsgruppe künftig liefern soll, können Sie der Farbskala der untenstehenden Karte entnehmen.

¹² Diese vier Grossisten werden als „Systempartner bezeichnet“.

¹³ Das Unternehmen wird als „Preferred Logistik Partner“ bezeichnet; nach Erschließung des PSN-Erweiterungsgebietes werden 4Press (Schleswig-Holstein) und QTRADO (Niedersachsen, Bremen) als Systempartner der PGA die Gebiete übernehmen.

¹⁴ Ausnahmen sind PSN-Kunden im Großraum Stade und Lübeck, die künftig von 4Press beliefert werden sollen.



Stammgebiete

Erweiterungsgebiete

4PRESS

QTRADO

PVG

TRUNK

PSN



Die Kunden der PSN sollen nach Erschließung des Erweiterungsgebietes der PSN zunächst von den Systempartnern QTRADO (Niedersachsen, Bremen) und 4Press (Schleswig-Holstein) übernommen werden. Nach der Erschließung aller Erweiterungsgebiete soll dann die PGA als einziger Grossist alle Verträge der Systempartner übernehmen und die Systempartner werden nur noch als Logistiker sowie – in ihrer Eigenschaft als Gesellschafter der Dispositionsgesellschaft – als Sortimentsplaner und Außendienstler für die PGA tätig.

Wie wurden die Marktteilnehmer in das Verfahren eingebunden?

Die vom Bundeskartellamt geforderten Anpassungen des ursprünglichen FFF-Projektes basieren unter anderem auf umfangreichen Konsultationen von Marktteilnehmern. Zum einen erfolgten kontinuierlich Gespräche des Bundeskartellamtes mit verschiedenen Marktteilnehmern, insbesondere auch mit den nicht am FFF-Projekt beteiligten Grossisten. Zum anderen wurde Marktteilnehmern auch mehrfach schriftlich Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben. Neben zahlreichen praxisbezogenen Eingaben wurden von einigen Marktteilnehmern teils auch umfangreiche Stellungnahmen abgegeben. Die Kritik betraf insbesondere die Themenfelder „Doppelstrukturen in der Übergangszeit“, „Funktionsfähigkeit des Grosso“ und „Einfluss der großen Zeitschriftenverlage“.

Aufgrund der Stellungnahmen erwirkte das Bundeskartellamt verschiedene Änderungen des Vorhabens, die insbesondere die Logistikplanung und die Governance von PGA und Verlagsgesellschaft betreffen. Bedenken hinsichtlich einer unzureichend abgesicherten Neutralität im Pressevertrieb adressierte die FFF-Gruppe insbesondere mit Änderungen bei der Governance der 4Press und mit der Schaffung einer Dispositionsgesellschaft.

Unabhängig davon, dass viele der im Rahmen der Marktbefragung geäußerten Kritikpunkte zwischenzeitlich ausgeräumt wurden, ist festzuhalten, dass zwar der Großteil der Antworten kritisch war, verlagsseitig aber nur eine deutliche Minderheit überhaupt Stellung genommen hat. Mit anderen Worten steht eine Mehrheit der Verlage dem Projekt offenbar zumindest neutral oder positiv gegenüber. Letzteres dürfte jedenfalls bei den am FFF-Projekt beteiligten elf Verlagen der Fall sein, die immerhin für zwei Drittel der gesamten deutschen Grossumsätze stehen.

Was hat das Bundeskartellamt seit der ersten Marktkonsultation im November 2024 erreicht?

Neben vielen Detailänderungen waren die folgenden Änderungen am FFF-Projekt für das Bundeskartellamt von besonderer Bedeutung:

- Belastbares Logistikkonzept: Während das ursprüngliche Logistikkonzept Auslieferungsradien um existierende oder fiktive Depotstandorte betrachtete, erfolgt nun eine **Routenplanung** auf Basis der konkret zu beliefernden Einzelhandelsstandorte. Die **Logistikplanung soll nach Erhebung der konkreten Anlieferungszeiten erneut angepasst werden**.
- Um einen diskriminierungsfreien Pressevertrieb sicherzustellen, wird eine verlagsunabhängige **Dispositionsgesellschaft** gegründet. Weiterhin ist bei der **4Press** aufgrund von Veränderungen in der internen Struktur und im Gesellschafterkreis nicht mehr davon auszugehen, dass das Unternehmen in seiner Rolle als Gesellschafterin in der PGA bzw. in der Dispositionsgesellschaft vorrangig die Interessen seiner Verlagsgesellschafter vertritt.
- **Clearingstelle**: Die Clearingstelle ist nunmehr eine von der PGA unabhängige Schiedsstelle, die schnell Entscheidungen fällen kann, die zudem die Geschäftsführung der PGA binden. Außerdem ist nun auch der Einzelhandel zu Beschwerden bei Schlechtlieferungen befugt.
- Stärkung der **kleineren Verlage**: Neben der Stärkung der Clearingstelle ist für die kleineren Verlage besonders wichtig, dass sie einen Sitz im Beirat erhalten haben und geringere Quoren für die Einberufung einer Gesellschafterversammlung festgelegt wurden.

Werden die Presseregale in der Übergangszeit leer bleiben?

Wie bei jedem Übergang zu einer neuen Vertriebsstruktur sind gewisse Friktionen bei der Belieferung mit Presse nach Umsetzung des Vorhabens nicht vollständig auszuschließen. Betroffen sein dürften nur Gebiete, in denen die Systempartner der PGA bislang nicht tätig waren (dies betrifft etwas über ein Drittel der Presseverkaufsstellen). Allerdings sind die bisherigen Grossisten vertraglich zur sogenannten „stichtagsgenauen Endremission“ verpflichtet, d. h. sie dürfen die von ihnen ausgelieferten Presseobjekte erst nach Ablauf der vorab vereinbarten Auslagezeit wieder abholen. Im Anschluss sollte dann eine Belieferung mit den jeweiligen Folgeausgaben durch die Systempartner erfolgen. In diesem Fall wird es keine leeren Presseregale geben. Denkbar ist, dass insbesondere selten erscheinende Periodika vorübergehend nicht verfügbar sein werden. Tageszeitungen wären nicht betroffen. Bei wöchentlich oder 14-täglich erscheinenden Zeitschriften würde die Lücke mit der Folgeausgabe schnell wieder geschlossen. Nach Kenntnis des Bundeskartellamtes finden zudem Gespräche zwischen den Systempartnern und den Altgrossisten statt, um einen reibungslosen Übergang zu gewährleisten.