



BVABO
BUNDESVERBAND ABONNEMENT

Bundesverband Abonnement e. V.

GESCHÄFTSBERICHT 2025

INHALTSVERZEICHNIS

I. Vorstand und Geschäftsführung mit Vorwort des Vorsitzenden	3
II. Bericht des Vorstandes und der Geschäftsführerin	4
III. Jahrestagung 2025	5
IV. Anzahl Mitglieder	6
V. Finanzbericht 2025	7
VI. Auflagenstatistik 2025	12
VII. Die Fachbeiräte und ihre Agenden	14

I. VORSTAND UND GESCHÄFTSFÜHRUNG



VORWORT DES VORSTANDSVORSITZENDEN

**Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Mitglieder des Bundesverbandes Abonnement e.V.,**

das Geschäftsjahr 2025 hat einmal mehr gezeigt: Die Rahmenbedingungen für unser Geschäftsmodell werden nicht einfacher – umso wichtiger ist eine klare, entschlossene und faktenbasierte Interessenvertretung.

Der Bundesverband Abonnement hat in diesem Umfeld seine Rolle weiter geschärft. Wir haben unsere Strukturen gefestigt, unsere Themen fokussiert und vor allem unsere Stimme im politischen Dialog deutlich hörbarer gemacht – in Berlin ebenso wie in Brüssel. Gemeinsam mit unseren Partnernverbänden ist es uns gelungen, die Bedeutung des Abonnements als tragende Säule unabhängiger Medienfinanzierung klar zu positionieren.

Denn eines wird zunehmend deutlich: Viele der aktuellen regulatorischen Initiativen greifen tief in funktionierende Marktmechanismen ein. Ob Entwaldungsverordnung, Verbraucherschutzrechtliche Vorhaben oder die Diskussionen rund um den Digital Fairness Act – immer wieder stehen etablierte Geschäftsmodelle unter pauschalem Generalverdacht. Hier setzen wir bewusst einen Gegenpol: mit belastbaren Zahlen, klaren Argumenten und dem Anspruch, die Perspektive unserer Branche sachlich und nachdrücklich einzubringen.

Gerade in einem zunehmend komplexen und teilweise widersprüchlichen politischen Umfeld ist diese faktenbasierte Einordnung ein entscheidender Beitrag zur Versachlichung der Debatte – und damit auch zur Sicherung fairer Rahmenbedingungen für die freie Presse und ihre Vertriebswege.

Parallel dazu haben wir die inhaltliche Arbeit im Verband konsequent weiterentwickelt. Unsere Fachbeiräte leisten einen zentralen Beitrag, wenn es darum geht, regulatorische Anforderungen in praktikable Lösungen zu übersetzen und Branchenstandards weiterzuentwickeln. Der Bundesverband ist damit nicht nur Interessenvertreter, sondern auch Gestalter.

Ein starkes Signal für die Geschlossenheit und Relevanz unseres Netzwerks war auch im vergangenen Jahr unsere Jahrestagung. Sie hat gezeigt, wie groß der Bedarf an Austausch, Orientierung und gemeinsamen Positionen ist – gerade in Zeiten tiefgreifender Veränderungen.

Die aktuellen Marktentwicklungen unterstreichen zugleich die Stabilität unseres Geschäftsmodells: Das Abonnement bleibt eine zentrale und verlässliche Säule der Medienfinanzierung. Diese Stärke ist kein Selbstläufer – sie ist das Ergebnis kontinuierlicher Weiterentwicklung und gemeinsamer Anstrengung.

Mein besonderer Dank gilt allen Mitgliedern, den ehrenamtlich Engagierten sowie der Geschäftsstelle. Ihr Einsatz ist die Grundlage dafür, dass wir auch in einem herausfordernden Umfeld handlungsfähig bleiben und unsere Interessen wirksam vertreten können.

Wir werden diesen Weg auch künftig mit Klarheit, Nachdruck und Geschlossenheit weitergehen.

Mit freundlichen Grüßen
Martin Lange

II. BERICHT DES VORSTANDES UND DER GESCHÄFTSFÜHRERIN

Im Laufe des ersten Halbjahres 2025 ist es gelungen, die Verbandsarbeit organisatorisch wieder auf einen aktuellen Stand zu heben, nachdem im Vorjahr die Geschäftsführung nicht besetzt war und die Vorstandsposten erst im Laufe des Jahres wieder komplettiert wurden.

Die Website und die Auflagenstatistiken wurden aktualisiert, alle nötigen Faktionen vorgenommen, sowie die interne und externe Kommunikation angekurbelt.

Im Anschluss durften wir uns über eine sehr gelungene Jahrestagung freuen, die hochkarätig besetzt war und gemäß den anschließenden Umfrageergebnissen die Erwartung vieler Teilnehmer noch übertroffen hat.

Im zweiten Halbjahr wurden zahlreiche neue Projekte angeschoben. So hat eine Arbeitsgruppe aus Mitgliedern des Fachbeirates Presse sich der **Überarbeitung unserer Branchenregeln** angenommen, in der Arbeitsgruppe Datenschutz wurde eine **Muster-AVV** entwickelt und der Fachbeirat Service & Technik konnte seinen Test zum **Permanente Bestandsabgleich** abschließen. Zum Jahresende haben Vorstand und Geschäftsführung den Mitgliedsfirmen noch ein **neues Verbandslogo** präsentiert.

Ein großer Fokus lag auch in diesem Jahr wieder auf politischen und rechtlichen Themen.

Bis es im Dezember endlich zu der befreienden Entscheidung kam, Druckerzeugnisse aus dem Anwendungsbereich auszunehmen, hat die Europäische **Entwaldungsverordnung** uns sehr beschäftigt. Mit Unterstützung der Funke Mediengruppe hat der BV Abo ein Experteninterview mit speziellem Fokus auf die Rolle von WBZ-Unternehmen und kleineren Medienhäusern organisiert und über seinen Newsletter verbreitet.

Noch nicht ausgestanden ist die von Verbraucherschützern angestrebte schriftliche **Bestätigungslösung** für telefonisch abgeschlossene Verträge. Zur Abwendung mehrfacher Versuche, ein entsprechendes Gesetz an den Gremien vorbei durch den Bundestag zu bringen, haben wir uns im Schulterchluss mit MVFP, BDZV und ZAW an die Politik gewandt und auf die Risiken und Unsinnigkeiten dieses Regelungsentwurfes hingewiesen.

Als weiteres Thema mit mindestens so großer Tragweite schickt der europarechtliche **Digital Fairness Act** seine Schatten voraus. In diesem Kontext wird u. a. diskutiert, die automatische Verlängerung von Abonnements zu verbieten, online geschlossene Verträge bis zur Bezahlung als schwebend unwirksam zu betrachten und beeinflussende Webgestaltung (wie farblich hervorgehobene Angebote) zu untersagen. Gemeinsam mit anderen Verbänden haben wir über die ZAW eine Eingabe im Rahmen der öffentlichen Konsultation dazu vorgenommen.

III. JAHRESTAGUNG 2025

Die gemeinsame Jahrestagung der Verbände Bundesverband Abonnement e.V. und Verband Deutscher Lesezirkel e.V. am 19. Mai 2025 stand unter dem Motto:

Neue Regierung! – Neue Regeln!? – Neue Impulse?

Gut 130 Teilnehmer erlebten eine spannende und inspirierende Tagung.

Nach einem gemeinsamen Lunch und der Begrüßung durch die Vorstandsvorsitzenden der beiden Verbände folgten zwei Keynotes, die für ordentlich Gesprächsstoff sorgten: Prof. Dr. Christopher Buschow von der Hamburg Media School sprach über neue Erlöswege für den Journalismus und Christian Siebert, Geschäftsführer Regionalmedien bei FUNKE, stellte die Frage, ob Content-Erlöse die Demokratie retten.



Unter der Moderation von Martin Lange beschäftigte sich ein hochkarätiges Plenum intensiv und unterhaltsam mit den aktuellen Diskussionen zwischen Politik und Medien wie Bürokratieabbau, Verbraucherschutz und Demokratieverständnis.



Auf einen inspirierenden Impulsvortrag von Anna Graf von Arvato Systems darüber, wie künstliche Intelligenz Leser findet und bindet, folgte ein weiteres Plenum zu praktischen und zukunftsgerichteten Themen rund um das Abonnement. Lennart Schneider moderierte in der kompetenten Runde, in der nicht nur Medienvertreter zugegen waren, Fragen zum Einsatz von KI im Kundenservice, Umgang mit Churn und Kundenbindung.

III. JAHRESTAGUNG 2025

Mit einem herrlichen Blick über die Außenalster und bester Verpflegung wurde bis nach Mitternacht noch weiterdiskutiert und genetworkt.



INTERNE MITGLIEDERVERSAMMLUNG DES BV ABONNEMENT E.V. AM 20. MAI 2025

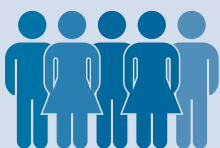
Auf der internen Mitgliederversammlung am nächsten Tag wurde der Finanzbericht einstimmig genehmigt und dem Vorstand Entlastung erteilt.

Der bestehende Vorstand wurde für weitere zwei Jahre ohne Gegenstimmen wiedergewählt.

Die bisherige Rechnungsprüferin, Anja Hellmann, gab ihr Amt nach vielen Jahren ab und ihr Stellvertreter, Ingo Schätzel, rückte nach. Zum neuen stellvertretenden Rechnungsprüfer wurde Andreas Kremer gewählt.

Ferner beschloss die Versammlung zwei Satzungsänderungen, namentlich die Verlegung des Vereinssitzes von Berlin nach Hamburg und die Benennung eines Geschäftsführers als besonderen Vertreter.

IV. ANZAHL MITGLIEDER



Zum 31. Dezember 2025 hatte der Bundesverband

54 Mitglieder, davon **4** persönliche Mitgliedschaften.

V. FINANZBERICHT

BVA E.V. AKTIVA/PASSIVA

	Abschluss 2023	Abschluss 2024	Abschluss 2025	Vorschau 2026
Bankguthaben				
Girokonten	85.260	113.191	159.774	
Festgeldkonto	152.235	153.077	153.924	
Umlaufvermögen				
offene Posten Mitgliedsbeiträge	27.624	40.896	2.250	
Sonstige Forderungen	66	1.243	5.676	
sonst VermGegenst./Aktive RAP	0	3.938	2.848	
Summe Aktiva	265.184	312.345	324.471	0
Kapital				
Vereinskapital, Vortrag	261.354	261.900	308.198	
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	546	46.298	6.422	
Summe Kapital	261.900	308.198	314.621	0
Verbindlichkeiten				
Umsatzsteuer	1.152	2.444	5.971	
sonstige Verbindlichk.	2.132	1.702	3.880	
Summe Verbindlichkeiten	3.284	4.147	9.851	
Summe Passiva	265.184	312.345	324.471	0

V. FINANZBERICHT

GEWINN-/VERLUSTRECHNUNG

	Abschluss 2023	Abschluss 2024	Abschluss 2025	Vorschau 2026
Einnahmen				
Mitgliedsbeiträge	119.441	117.059	111.746	98.000
Ausbuchungen		494		
Beiträge Vorjahr/Erstattungen	7.302	-1.750	-750	-750
Zinseinnahmen	859	1.144	1.150	1.160
Summe der Einnahmen	127.602	116.946	112.147	98.410
Ausgaben				
Vergütung Geschäftsstelle	99.680	51.170	75.030	75.000
umgebucht auf wirtschaftl. Teil	-14.000	-3.570	-10.000	-10.000
Büromiete Geschäftsstelle Hamburg			10.142	14.000
allgem. Bürokosten	1.635	5.883	6.313	6.000
Reisekosten, Bewirtung, Präsente	775		2.441	2.500
Anwalt/Gericht/Gebühr	2.497	5.149	1.615	2.000
Werbung/Anzeigen/Sponsoring	4.004	3.594	7.353	7.000
Mitgliedsbeitrag ZAW	6.890	6.890	7.303	7.500
Beratung			11.072	5.000
Seminare/Kongresse/Fortbildg. Honorare	9.865		723	1.000
J.-Tagung Mitgliederversammlung	17.410	13.467	12.681	13.000
Summe der Ausgaben	128.756	82.583	124.671	123.000
Ergebnis der gewönl. VT.	-1.153	34.363	-12.524	-24.590

V. FINANZBERICHT

FESTVERANSTALTUNG/WIRTSCHAFTLICHER TEIL

	Abschluss 2023	Abschluss 2024	Abschluss 2025	Vorschau 2026
Einnahmen Teilnahmegebühren	23.040	16.861	17.000	22.000
Kosten der Festveranstaltung	-21.753	-25.254	-23.200	-23.000
Erstattung DLZ	5.873	3.788	5.574	2.500
Sponsoren Jahrestagung	11.500	24.000	29.000	24.000
Jahrestagung öffentlicher Teil mit DLZ	-16.904	-11.317	-12.294	-12.000
Erstattung DLZ	6.372	-3.788	5.574	5.000
anteiliges Honorar Geschäftsführung	-4.000	-3.000	-4.202	-4.202
Ergeb. Festveranst./ ab 2023 auch nichtöffentl. Teil	4.128	1.290	17.453	14.298
Online-Performance	8.000	4.000	6.000	8.000
Werbung Sponsoring				
anteiliges Honorar Geschäftsführung	-10.000	-570	-4.202	-4.202
Hotelabrechnung	67	-250		
Steuerzahlungen	-347		-303	-310
Ergebnis wirtschaftl. Teil	1.848	4.470	18.947	17.787
a. o. Erträge				
a. o. Aufwendungen	-148			
a. o. Ergebnis	-148	0	0	0
Gesamtergebnis	546	38.833	6.422	-6.803

FINANZBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2025

Die Finanzlage

Die finanzielle Lage hat sich gegenüber den Jahren 2023 und 2024 weiter verbessert.

Der wesentliche Grund dafür ist nach wie vor der Wegfall des Honorars des ausgeschiedenen Geschäftsführers, für den nur bis zum Ende des 1. Halbjahr 2024 eine Vergütung gezahlt wurde. Unsere neue Geschäftsführerin ist seit Beginn des Berichtsjahres im Amt. Durch den gleichzeitigen Anstieg der vereinnahmten Sponsorenbeiträge ist der Stand unseres Girokontos vom 31. Dezember 2022 bis zum Ende letzten Jahres von 110 auf 160 T€ gestiegen. Der Stand unseres Festgeldkontos ist infolge der wiederbelebten Zinsvergütung auf jetzt 154 T€ gestiegen. Damit standen Endes letzten Jahres flüssige Mittel in Höhe 313 T€ zur Verfügung.

Der allgemeine Teil unseres Verbandes, in dem wir zur Erfüllung der satzungsmäßigen Aufgaben unseres Verbandes verpflichtet sind, endete allerdings in 2025 mit einem Minus-Ergebnis von rd. 12,5 T€. Der wirtschaftliche (zugleich steuerpflichtige) Teil hingegen verzeichnete – dank der Sponsorengelder – ein Plus von rd. 19 T€, so dass unser Verband insgesamt ein positives Jahresergebnis 2025 in Höhe von 6,4 T€ ausweist.

Die Mitgliedsbeiträge sind wie auch in den Vorjahren leicht sinkend. Rückständige Beitragsforderungen gibt es nur in Einzelfällen. Auf der AKTIVA-Seite fällt auf, dass es „offenen Posten“ beim Finanzamt gibt, allerdings verrechenbar mit Verbindlichkeiten gegenüber dem Amt. Bisher liegen noch keine Bescheide für 2024 vor. Dieser Rückstand wird sich nach Erteilung der Bescheide demnächst auflösen, so dass wir uns erst danach kümmern sollten. Die weiteren Forderungen und Verbindlichkeiten sind geringfügig und zum Teil auch nur durch eine Rechnungsabgrenzung entstanden.

Das Kapitalkonto ist in Folge der beschriebenen Vorfälle erfreulicherweise auch von 312 auf 324 T€ gestiegen. Das entspricht fast dem Stand der Flüssigen Mittel, so dass wir damit auch eine 95%ige Eigenkapitalquote sprechen können.

Fazit: Die finanzielle Lage ist so stabil, dass die Arbeit des Verbandes weiterhin auf Jahre gesichert ist, sofern die Kosten- und Erlösseite konstant bleiben

Die Einnahmen (Mitgliedsbeiträge/Zinsen)

Die ausgewiesenen Betragseinnahmen 2025 sind unter Berücksichtigung von Nachzahlungen und Ausbuchungen auf rd. 111 T€ gefallen, ein Rückgang um rd. 5 %. Hinzu kommen noch Zinseinnahmen in Höhe von 1,1 T€.

Die Aufwendungen (für die Vereinsarbeit)

Die Kosten für Büro-, Werbe- und Reisekosten sowie aller Gebühren haben sich gegenüber dem Vorjahr von rd. 35 T€ auf rd. 60 T€ erhöht. d.s. rd. 70 %, während die Kosten der Tagung (interne Versammlung) sogar leicht rückläufig geblieben sind: 12,6 T€.

Fazit: Die Gesamtkosten sind in 2025 um rd. 50 % gestiegen. Sie werden in diesem Jahr aber auf gleicher Höhe bleiben.

Der wirtschaftliche Teil

Dieser Bereich umfasst die Durchführung des Festabends, den öffentlichen Teil der Veranstaltung im Hotel sowie die „ONLINE-performance“ Aktionen (Marketing Power-Wochen).

Der Festabend wurde wieder unter Beteiligung der Gäste des DLZ veranstaltet, die sich an den Gesamtkosten von 23 T€ entsprechend ihrer Teilnehmerzahl mit 5,5 T€ beteiligten. Auf die öffentliche Veranstaltung entfielen 11,3 T€ (ohne Umsatzsteuer!). Auch daran hat sich der DLZ rein rechnerisch mit 5,5 T€ beteiligt.

Die Berechnung der Erstattung erfolgt jetzt aufgrund einer Vereinbarung, mit der beide Seiten zufrieden gestellt werden konnten.

Die ONLINE-Performance erbrachte 6 T€, die Kosten der Geschäftsführung von rd. 8,5 T€ wurden hier jeweils hälftig dem Festabend/öffentl. Veranstaltung und dem ONLINE-Performance zugerechnet.

Erfreulich, absolut und im Aufwärtstrend, war die Werbung von Sponsoren. Im Vorjahr waren es 24 T€, die in 2025 mit 29 T€ übertroffen wurden.

V. FINANZBERICHT

Das Gesamtergebnis (Vereins- und wirtschaftlicher Teil) beläuft sich im Jahr 2025 vor Steuern im wirtschaftlichen Teil auf ein Plus von 6,4 T€, im Jahr davor waren es noch 38,3 T€.

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2026

Die Etatwerte für das Jahr 2026 sind als Vorschau in die Jahresvergleichstabelle eingetragen worden.

Es ist ersichtlich, dass das Ergebnis des Jahres 2025 nicht wiederholbar ist. Es ist mit einem Gesamtverlust 2026 von ca. 6 T€ zu rechnen.

Ob Maßnahmen zur Verbesserung des Gesamtergebnisses getroffen werden, wird die diesjährige Versammlung entscheiden.



Die Bedeutung des Abonnements für die Vertriebs Erlöse der Medienhäuser nimmt weiter zu, auch bei den hochauflagigen Publikumszeitschriften.

Einen wichtigen Anteil daran hat die WBZ-Auflage.

Bei der Auflagenmeldung des Bundesverbandes Abonnement ist im Vorjahresvergleich zu beachten, dass wir mit Beginn des Jahres 2025 die betrachteten Titel auch auf nicht-IVW-gemeldete Titel ausgedehnt haben.

Die wichtigsten Erkenntnisse

- Die Bedeutung der Aboauflage am Gesamtverkauf steigt mit 37,2 % (IVW) gegenüber dem Vorjahr mit 36,3 %.
- Die Titelzahl steigt von 326 im ersten Halbjahr auf 330 im zweiten Halbjahr (Vorjahr 238, s. o.).
- Der WBZ-Bestand liegt bei 2.316.353 Expl., damit bleibt er im Vergleich zum Vorjahr nahezu stabil (-0,8 %).
- Die Neuwerbung beträgt 406.950 Abonnements, 17,9 % weniger als im Vorhalbjahr und 4,3 % weniger als im Vorjahr.
- Auffällig ist, dass die Neuwerbung pro Objekt spürbar sinkt: Zum Vorjahr erklärt sich das aus den zahlreichen kleineren Objekten, die nun mit in der Betrachtung sind.
- Der Anteil, den die WBZ-Abos der IVW-Titel am Abo haben, liegt bei 27,1 % und damit weiterhin sehr stabil.

VI. AUFLAGENSTATISTIK

TOP 30 OBJEKTE NACH WBZ-BESTAND

Rang	Objekt
1	Hörzu
2	Focus
3	TV Spielfilm (inklusive aller Untertitel)
4	TV Hören + Sehen (Inklusive aller Untertitel)
5	Bunte
6	Gong plus (Gong, Bild+Funk)
7	Auto Motor und Sport
8	Der SPIEGEL
9	freundin
10	Stern
Zwischensumme	40,04 %
11	TV Movie (Inklusive aller Untertitel)
12	Brigitte
13	Freizeit Revue
14	Für Sie
15	Funk Uhr
16	Mein schöner Garten
17	Elle
18	Gala
19	InStyle
20	Bild der Frau
Zwischensumme	16,40 %
21	Playboy
22	Auf einen Blick (Inklusive aller Untertitel)
23	Die Zeit
24	Geolino
25	Harper's Bazaar
26	Öko Test
27	Geo
28	Landidee
29	TV Digital
30	Echo der Frau
Zwischensumme	9,30 %
Gesamt	2.316.353

TOP 30 OBJEKTE NACH WBZ-NEUWERBUNG

Rang	Objekt
1	Focus
2	Bunte
3	Auto Motor und Sport
4	Hörzu
5	Playboy
6	Elle
7	freundin
8	InStyle
9	TV Hören + Sehen (Inklusive aller Untertitel)
10	Brigitte
Zwischensumme	42,68 %
11	GRAZIA
12	Gala
13	Essen & Trinken
14	Intouch
15	kicker Montag
16	Für Sie
17	Bild der Frau
18	Der SPIEGEL
19	Stern
20	Sport Bild
Zwischensumme	17,15 %
21	Harper's Bazaar
22	TV Movie (Inklusive aller Untertitel)
23	Vital
24	Vogue
25	TV Digital
26	Men's Health
27	Elle Deco
28	Auto Zeitung
29	Computer Bild (alle Versionen inkl. m. DVD)
30	Landlust
Zwischensumme	10,10 %
Gesamt	406.950

VII. DIE FACHBEIRÄTE UND IHRE AGENDEN

FACHBEIRAT PRESSE

Im Fachbeirat Presse tauschen sich Vertreter aus Medienhäusern und WBZ-Unternehmen zu übergeordneten sowie rechtlichen Themen aus. Die Sprecherrolle ist paritätisch besetzt mit einer Sprecherin aus dem Bereich „Medienhäuser“ und einer Sprecherin aus dem Kreis der „WBZ-Unternehmen“. Im Berichtsjahr zählte der Fachbeirat Presse 28 Mitglieder.



Julia Kretschmann,
DPV GmbH & Co. KG
Sprecherin



Heike Lange,
Lorenz Leserservice GmbH & Co. KG
Sprecherin

Mitglieder

Julia	Kretschmann	DPV GmbH
Heike	Lange	Lorenz Leserservice GmbH
Sven	Altrichter	Streilinger Marketing
Daniel	Beljan	Userwerk market solutions
Marianne	Claus	Hobby + Freizeit GmbH
Mathias	Cosmovici	Userwerk market solutions
Kerstin	Gajewi	Burda Verlag
Christoph	Hauschild	Frisbii Germany GmbH
Andreas	Hübel	Leserservice Deutsche Post
Markus	Klei	Klambt Pressevertrieb GmbH
Andreas	Klinkmann	Funke Medien National Brands
Andreas	Kremer	DPV GmbH
Jörg	Kuch	Sales Impact GmbH
Martin	Lange	Pressevertriebszentrale
Hans-Werner	Lindgens	Academia, Studentenpresse
Jan-Niklas	Lindgens	Academia, Studentenpresse
Max	Lorenz	Lorenz Leserservice GmbH
Andreas	Möller	Pressevertriebszentrale
Andreas	Nick	Nick Medien Vertriebsunion
Christine	Otter	Sales Impact GmbH
Karina	Pusch	Bundesverband Abonnement
Bernhard	Ranke	VSR Verlag Service
Klaus-Peter	Ritter	Olympia-Verlag
Claudia	Schatz	Neue Verlagsgesellschaft
Ingo	Schätzel	Funke Medien National Brands
Christian	Süß	MEXO
Ralf	Vollert	Bauer Media Group
Torben	Sieb	Spiegel Verlag

VII. DIE FACHBEIRÄTE UND IHRE AGENDEN

FACHBEIRAT PRESSE

THEMEN

Zu zentralen Aufgaben des Fachbeirats gehören die Erstellung der Auflagenstatistiken sowie die Abstimmung von Branchenregeln. Im Berichtsjahr wurden insbesondere folgende Themen bearbeitet:

- Vorbereitung auf die Entwaldungsverordnung EUDR
- Information zur Bestätigungslösung und dem Digital Fairness Act
- Erweiterung der Auflagenmeldung um Nicht-IVW-gemeldete Titel
- Überarbeitung der 2019 neu definierten Branchenregeln
- Erstellung und Durchführung einer Umfrage zur Arbeit des Verbandes

VII. DIE FACHBEIRÄTE UND IHRE AGENDEN

FACHBEIRAT WERBUNG

Der Fachbeirat Werbung hat das Ziel, die Rolle und Reputation des WBZ zu stärken und dient dem Austausch zum Umgang mit rechtlichen Rahmenbedingungen in der Werbung. In 2025 wurde der Fachbeirat Onlinewerbung in den Fachbeirat Werbung integriert. Danach waren es 22 Mitgliedglieder.



Maximilian Lorenz,
Lorenz Leserservice GmbH & Co. KG
Sprecher

Mitglieder

Maximilian	Lorenz	Lorenz Leserservice GmbH & Co. KG
Sven	Altrichter	Streilinger Marketing
Daniel	Beljan	Userwerk Market Solutions
Marianne	Caus	Hobby + Freizeit GmbH
Mathias	Cosmovici	Userwerk Market Solutions
Thomas	Gründler	MMF Invest
Andreas	Hübel	Leserservice Deutsche Post
Bernd	Kunst	AIK MEDIEN e.K.
Heike	Lange	Lorenz Leserservice GmbH & Co. KG
Hans-Werner	Lindgens	Academia, Studentenpresse
Jan-Niklas	Lindgens	Academia, Studentenpresse
Barbara	Mayer-Schumacher	Nick Medien Vertriebsunion
Oliver	Miehlich	MCE Service GmbH
Andreas	Möller	Pressevertriebszentrale
Andreas	Nick	Nick Medien Vertriebsunion
Moritz	Nick	Nick Medien Vertriebsunion
Karina	Pusch	Bundesverband Abonnement
Bernhard	Ranke	VSR Verlag Service
Frank	Reh	
Gina	Reich	AIK MEDIEN e.K.
Patrick	Reich	AIK MEDIEN e.K.
Claudia	Schatz	Neue Verlagsgesellschaft
Laura	Strauß	United Kiosk

THEMEN

- **Barrierefreiheit von Online-Shops**
- **Umgang mit Preiserhöhungen**
- **Überarbeitung Präsentation und Workflow der Marketing Power Woche**
- **Erfahrungsaustausch IBAN-Umstellung**
- **Information zum Newsletterversand ohne Double-OptIn**

VII. DIE FACHBEIRÄTE UND IHRE AGENDEN

FACHBEIRAT SERVICE & TECHNIK

Der Fachbeirat Service & Technik hat 21 Mitglieder und arbeitet an der Weiterentwicklung von praktischen Prozessen zwischen Verlagen und WBZ-Unternehmen wie der Abwicklung von Digitalabonnements und dem Umgang mit Terminrastern und Bestandsmeldungen.



Sönke Sprink,
Frisbii Germany GmbH
Sprecher

Mitglieder

Sönke	Sprink	Frisbii Germany GmbH
Daniel	Beljan	Userwerk Market Solutions
Uwe	Bronn	Zenit Pressevertrieb
Bettina	Hinz	Funke Medien National Brands
Arne	Hofman	Bauer Media Group
Marc-Armand	Höhner	Burda Verlag
Mathias	Kochanowski	Pressevertriebszentrale
Andreas	Kremer	DPV GmbH
Jörg	Kuch	Sales Impact GmbH
Heike	Lange	Lorenz Leserservice GmbH & Co. KG
Thomas	Müller	dsb cc solutions
Christian	Pauk	Bauer Media Group
Jens	Pfeifer	Bauer Media Group
Karina	Pusch	Bundesverband Abonnement
Burkhard	Quermann	ADU Inkasso
Christoph	Ratjen	Bauer Systems KG
Klaus-Peter	Ritter	Olympia-Verlag
Uwe	Schaare	DPV GmbH
Ingo	Schätzel	Funke Medien National Brands
Ralf	Vollert	Bauer Media Group
Oliver	Wreth	Data-Service

THEMEN

- **Abschluss schnellere Erstbelieferung**
- **Diskussion Datenmeldung Entwaldungsverordnung (EUDR)**
- **Success-Story Permanenter Bestandsabgleich**
- **Diskussion Digitalabonnements im WBZ**