

Pressemitteilung

Jahrestagung Bundesverband Abonnement: Mit agilen Abo-Modellen ins nächste Jahrzehnt

- Über Trends, Kooperationen und Forderungen an die Politik
- Appell: Keine weiteren Einschränkungen, dafür unternehmerische Rahmenbedingungen für die die Branche
- Rund 90 Teilnehmerinnen und Teilnehmer diskutierten über die Zukunft des Abonnements
- Gemeinsames Vorgehen der Verbände Bundesverband Abonnement, ZAW, BDZV, Medienverband der freien Presse (MVFP) und dem Dialogmarketing Verband (DDV)

Berlin, 30. Mai 2022. Bei der Jahrestagung des Bundesverband Abonnement am 24. Mai in Hamburg, haben sich zwei Themen als prägend für die Zukunft erwiesen: Alle Mitglieder verfügen über wahre Schätze, die es zu heben gilt. Das Geschäftsmodell Abonnement findet Eingang in fast alle Wirtschaftsbereiche und wer kennt das Geschäftsmodell besser als die Mitglieder des Bundesverbands Abonnement?

Daher: 1. Die nächsten Jahre gilt es die direkten Kundenbeziehungen und die jahrzehntelangen Kompetenzen im Kundenbeziehungsmanagement weiterzuentwickeln. 2. Gemeinsam und entschieden muss gegen weitere regulatorische Absichten der Politik vorgegangen werden. Entschieden und im Schulterschluss mit weiteren Verbänden wie dem ZAW, BDZV sowie dem Medienverband der freien Presse (MVFP) und dem Dialogmarketing Verband (DDV).

Rund 90 Teilnehmerinnen und Teilnehmer tauschten sich in Hamburg am 24. Mai 2022 über die Zukunft des Abonnements aus.

Bei der Podiumsdiskussion, moderiert von Horizont-Chefredakteur Jürgen Scharrer, waren sich die Diskutanten einig: Weniger Reglementierungen und mehr kreative Angebote sind die Zukunftsformel für das Abonnement. In ihrer Keynote sprach sich zuvor Staatssekretärin Dr. Christiane Rohleder vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz für mehr Verbraucherschutz aus. So sieht der Koalitionsvertrag dieser Bundesregierung u.a. eine drastische Einschränkung des Telefonmarketing durch Einführung der Bestätigungslösung vor. Der Teilnehmerkreis war sich einig: Weitere Restriktionen führen zu einer erheblichen Einschränkung des Geschäftsmodells, und bereits im vergangenen Jahr beschlossene neue Gesetze schaden letztendlich dem Konsumenten, der viele Vorteile des Abonnements nicht mehr nutzen kann und darf

– wie günstige Konditionen durch längere Laufzeiten oder einmalige, kurzfristige Angebote.

Stefan Buhr, Chief Sales Officer der FAZ, brachte es mit Blick auf die angekündigte Bestätigungslösung auf den Punkt: „Bis zu 90 Prozent neuer Leserinnen und Leser über Telefonmarketing gehen verloren und dies bei einer Industrie, die für die Demokratie besonders wichtig ist.“ Das sei nicht hinnehmbar. Martin Lange, Vorsitzender des Bundesverbands Abonnement : „Wir fordern unternehmerische Freiheit, für eine differenzierte Medien- und Angebotsvielfalt.“ Daher haben die genannten Verbände sich zusammengetan und einen Appell an die Politik gerichtet – die Antwort steht noch aus.

Im Rahmen des Gesetzesvorhabens „Faire Verbraucherverträge“ soll zudem das Telefonmarketing erschwert werden - eine für den Bundesverband Abonnement unhaltbare Belastung der Geschäftstätigkeit. Nach immensen Papierpreissteigerungen, erhöhten Zustellungsgebühren und Logistikkosten sowie der Einführung des Mindestlohns ist das eine weitere inakzeptable wirtschaftliche Belastung für das Abonnementgeschäft durch die Politik. Die Konsequenz dürfte eine drastische Einschränkung der Medienvielfalt und eine damit verbundene Reduktion der freien, unabhängigen Presse sein. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass der Vertriebskanal Abonnement immer wichtiger für die Verlage wird. Verbandsgeschäftsführer Ludwig von Jagow, erklärte dazu am Rande der Tagung: „Wir werden den Druck auf die Politik erhöhen. Jetzt haben wir unser Anliegen adressiert und werden nun im Nachgang noch einmal in einen Dialog mit der Politik eintreten.“

Zu den weiteren Referentinnen und Referenten zählten unter anderem Daniel-Jan Girdl, Präsident der IHK Berlin und Geschäftsführender Gesellschafter DGMK Deutsche Gesellschaft für multimediale Kundenbindungssysteme mbH, Staatssekretärin Dr. Christiane Rohleder, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz sowie Petra von Stromberg, CEO New Work SE/Xing.

Wir senden Ihnen gern Fotos zu, eine erste Auswahl fügen wir an **(einen Link können wir nicht bei BV-Abo hinterlegen, oder?)**



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

Pressekontakt:

Kirsten Hedinger, Hedinger Communications GmbH, Paul-Dessau-Str. 3c, 22761 Hamburg, Fon 040/421011-12, E-Mail: Hedinger@Hedinger-PR.de

Medienkontakt:

Geschäftsstelle des Bundesverbands Abonnement e.V.; Telefon: +49 30 3251215-38
info@bvabo.de