

Das Unternehmergespräch: Dieter Wirtz, geschäftsführender Gesellschafter des IPS Pressevertriebs

"Bei uns fühlen sich kleine Verleger wohl"

Auf dem hart umkämpften Pressemarkt bringt IPS Zeitungen und Zeitschriften kleinerer Verlage in die Regale.

MECKENHEIM, 15. Januar.

Die Lagerhalle ist ein Eldorado für Leser, die das Besondere schätzen. Liebhaber schwerer Landmaschinen kämen mit "Traktor Power", Lastwagen- und Omnibusfans mit "Big & Heavy" auf ihre Kosten. Es gibt Spezialmagazine für Musiker, Blumenzüchter und Denkmalschützer, Ratgeberhefte für fast alle Lebenslagen, Tierzeitschriften und Designmagazine. Der bunte Ausschnitt aus der Welt der Spezialblätter ist ein kleiner Teil des Zeitungs- und Zeitschriftensortiments, das die IPS Pressevertrieb GmbH in Meckenheim betreut. Allein in Deutschland gehören knapp zweihundert Verlage zu den Kunden, rund sechshundert verschiedene Titel haben sie ihrem Vertriebspartner anvertraut.

"Als wir uns nach den ersten deutschen Verlagen umsahen, wollten uns manche sofort in eine geschlossene Anstalt einweisen. Heute sind wir der größte unabhängige Nationalvertrieb", sagt Geschäftsführer Dieter Wirtz, der IPS zusammen mit seiner Frau im Jahr 1985 gegründet hat. Angefangen hat das Unternehmen als Spedition, die internationale Zeitungen und Zeitschriften in Europa verteilte. "Wir hatten prominente Namen auf der Liste, als ersten das amerikanische Magazin 'Fortune'. Aber Geld ließ sich anfangs nur schwer verdienen", berichtet Wirtz über den mühsamen Start.

Dann entdeckte der Unternehmer seine Nische in Deutschland: die Betreuung kleiner und mittlerer Verlage, die sich bei dem Neuling besser aufgehoben sahen als bei einem der großen verlagsabhängigen Nationalvertriebe. Diese bilden die Schnittstelle zwischen den Verlagen auf der einen Seite sowie dem Pressegroßhandel (Grosso) und Bahnhofsbuchhandel auf der anderen Seite. Nationalvertriebe organisieren und steuern den Einzelverkauf, gelegentlich übernehmen sie auch die Abonnentenbetreuung und weitere Aufgaben rund um den Vertrieb.

"Unsere Unabhängigkeit ist ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal. Viele kleine und mittlere Verleger fühlen sich von den großen Verlagen aus dem Regal verdrängt", sagt der 62 Jahre alte Unternehmenschef. Mit dieser Ausrichtung ist IPS gut gefahren. Es ging rasch aufwärts, auch dank der Übernahme des Wettbewerbers PMV im Jahr 2006. Im schrumpfenden deutschen Pressemarkt habe sich IPS besser behauptet als die meisten Konkurrenten und Marktanteile ausgebaut, sagt Wirtz: "Anteilsmäßig wachsen wir von allen Anbietern am stärksten." Im vergangenen Jahr kam die Gruppe nach seinen Angaben auf rund 60 Millionen Euro Umsatz, immerhin etwa 3 Prozent des Marktes. Es ist ein sehr kleinteiliges Geschäft. Allein in Deutschland sorgt IPS dafür, dass rund 23 000 verschiedene Ausgaben im Jahr die richtigen Adressen unter den etwa 125 000 Verkaufsstellen erreichen. Die Auflagen betragen mitunter nur einige hundert Exemplare, es sind aber auch Publikationen mit zweihunderttausend Stück darunter. "Wir nehmen auch die drei Paletten, die ein Kleinverleger sonst in der Garage zwischengelagert hätte", sagt der IPS-Chef.

Eine wichtige Rolle für den Einzelverkauf dieser Kleinauflagen spielen Spezialverkaufsstellen (Fachgeschäfte), in denen die Kunden das Magazin zu ihrem Hobby finden sollen. Es kostet einigen Aufwand, die Leserschaft aufzuspüren und den Einzelhandel für das Zusatzgeschäft zu gewinnen.

Aber dafür seien die Rücklaufquoten sehr viel geringer als im Grosso oder im Bahnhofsbuchhandel, erläutert Wirtz. Auch ihre Transportlogistik können Verlagskunden über IPS abwickeln, die dafür auf spezialisierte Speditionsunternehmen zurückgreift. Die Meckenheimer sorgen für die Kommissionierung und Verpackung und koordinieren die Transporte. Eigene Mitarbeiter kümmern sich um den Einzelheftversand an Leser, die bestimmte Nummern nachbestellen. Ganz wichtig sei, gerade für die Neukundengewinnung, die intensive Beratung, sagt Wirtz. Gemeinsam werde geprüft, welche Auflagen realistisch seien und wo die besten Verkaufschancen bestünden.

Über die Zukunft des Pressemarktes macht er sich keine Illusionen. Zeitungen und Zeitschriften werde es auch in Jahrzehnten noch geben, aber der Niedergang werde sich fortsetzen: "Wer Print eine Erholung vorhersagt, lebt nicht in dieser Welt." Doch mit dem Schwerpunkt auf attraktive Spezialtitel sieht er IPS gut aufgestellt. Hier gebe es noch Innovationen und neue Erfolgstitel, das Segment sei deshalb insgesamt wesentlich stabiler als der übrige Pressemarkt. Doch die Fluktuation sei groß. Viele Publikationen würden bald wieder eingestellt, und so mancher Kleinverleger unter den IPS-Kunden habe schon das Handtuch geworfen. Gut ein Dutzend Titel gingen jedes Jahr verloren, aber es kämen auch ständig neue hinzu.

Die Bilanz fiel bisher regelmäßig positiv aus, so im vergangenen Jahr, als IPS fünfzehn Publikationen abschreiben musste, aber rund sechzig neu in den Vertrieb aufnehmen konnte. Mit der breiten Streuung fühlt sich Wirtz wohl, weil sie das Risiko vermindert: "Wir leben im Pressevertrieb das Tausendfüßlerprinzip", beschreibt er seine Philosophie.

Der Unternehmensname IPS steht für Intercontinental Press Services. Wirtz hatte seinerzeit eigens ein britisches Unternehmen mit deutscher Tochtergesellschaft gründen müssen, um sich die Bezeichnung in Deutschland zu sichern. Heute ist der ambitionierte Name für Wirtz Programm. Die Expansion ins Ausland soll einen neuen Wachstumsschub geben. Vor einigen Monaten hat er die Mehrheit an der Mailänder Messagerie Internazionale übernommen. Mit einem Umsatz von rund 30 Millionen Euro ist das Unternehmen der größte Importeur deutscher und internationaler Presse in Italien. Rund 900 Titel werden vertrieben, davon etwa zwei Drittel aus Deutschland. Zudem hat sich IPS mit dieser Expansion Kunden wie Newscorp, Gannett ("USA Today") und die Tageszeitungen "El País" und "Le Monde" gesichert. "Wir wollen uns international breiter aufstellen", sagt Wirtz. Auch in mehreren anderen Ländern würden "sehr ernsthafte Gespräche" über den Kauf von Nationalvertrieben und Importeuren geführt. So könnte sich IPS den europäischen Markt allmählich weiter erschließen, um internationalen Verlagshäusern länderübergreifende Lösungen anzubieten, wie für die englischsprachige Ausgabe von "National Geographic", die IPS den Verkauf auf fast allen kontinentaleuropäischen Märkten übertragen hat.

In Italien wird IPS jetzt auch noch zur Zeitungsdruckerei für deutsche und internationale Verlage: Zusammen mit der Miller Newsprint aus Malta will das Unternehmen von Mitte März an in Rom ausländische Zeitungen im Digitaldruck produzieren. Die moderne Datenübertragung macht es möglich. "Die Verlage sparen sich den teuren und oft verzögerten Transport nach Italien, und ihre Zeitungen kommen garantiert am Erscheinungstag in den Verkauf", sagt Wirtz. Zwei englischsprachige Verlage stünden schon kurz vor der Unterschrift, auch unter deutschen Zeitungsverlegern sei das Interesse riesengroß.

HELMUT BÜNDER

[Kasten:]

Das Unternehmen Der IPS Pressevertrieb ist 1985 in Köln als internationale Zeitungsspedition entstanden. Heute ist er der größte unabhängige Nationalvertrieb in Deutschland. Seit dem vergangenen Jahr gehört auch die Mailänder Messagerie Internazionale mehrheitlich zu IPS. Geschäftsschwerpunkt ist die Betreuung des Einzelverkaufs für kleine und mittlere Verlage. Seit dem Jahr 2000 hat das Unternehmen seinen Sitz in Meckenheim bei Bonn, wo rund 60 Mitarbeiter

beschäftigt sind. Der Umsatz lag 2011 bei rund 60 Millionen Euro.

Der Unternehmer Dieter Wirtz, Jahrgang 1949, hatte es schon bis in den Judo-Olympiakader geschafft, als eine Verletzung seine Sportlerkarriere beendete. Der Besitzer einer Judoschule verschaffte ihm, damals 25 Jahre alt und ohne jede Fachausbildung, die erste Anstellung in einer nationalen Pressespedition. Zehn Jahre später wagte er zusammen mit seiner Frau den Sprung in die Selbständigkeit und gründete die IPS. Der jüngste Sohn ist seit Oktober ebenfalls im Unternehmen tätig und bereitet sich auf die Nachfolge vor.

"Wir nehmen auch die drei Paletten, die ein Kleinverleger sonst in der Garage zwischengelagert hätte."

[Bildtext:]

Foto Edgar Schoepal

Serie: Das Unternehmergespräch

© Alle Rechte vorbehalten. Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt.