

Bericht Redaktion Verbandszeitschrift *philatelie*

Wolfgang Maaßen

Wenn ich meinen letzten Bericht aus dem Jahr 2013 erneut lese, gewinne ich das Gefühl, dass eigentlich alles Relevante bereits mehrfach gesagt worden ist, ich also nichts zu wiederholen brauche. Ich fasse mich deshalb – für viele vielleicht ungewohnt kurz.

1. Trends

Die Mitgliederzahl hat sich weiterhin deutlich verringert, damit auch die Leserzahl. Gleichzeitig ist das Anzeigenvolumen sichtbar reduziert und im Vergleich zu den besten Jahren nahezu halbiert. Beides bedeutet für den Herausgeber BDPH geringere Einnahmen, die ihn belasten. Der Stiftung ging es – allerdings aus anderen Gründen – ähnlich, denn für 2014 und besonders für 2015 wurde es unumgänglich, finanzielle Ausgaben der Ertragssituation anzupassen. Wie diese in Zeiten einer weltweiten Finanzkrise und nahe einer Deflation tatsächlich ist, dürfte jedem bekannt sein.

Neue Mitglieder – damit auch Leser – zu gewinnen, ist in einer Zeit der Veränderungen von Konsum- und Kommunikationsgewohnheiten alles andere als einfach, so dass die Verlustzahlen damit nicht ausgeglichen werden können.

Die Situation von Phila Promotion, die bereits vor zwei Jahren angesprochen wurde und die als Vertriebsverlag der „philatelie“ unser direkter Ansprechpartner ist, hat sich während dieser Zeit gravierend verändert. Insofern, als der Betriebsstandort in Forchheim nun aufgelöst, alle Aktivitäten – ausgenommen die „philatelie“, der Vertrieb des „philatelie“-Sticks sowie dessen jährliche Aktualisierung – spätestens Ende März 2015 eingestellt wurden. Gerold Votteler als Geschäftsführer nimmt nun die verbliebenen Kerngeschäfte verantwortlich wahr.

2. Einsparversuche

Der in Heidenheim vor zwei Jahren neu gewählte Vorstand, zumal dessen Vorsitzender Uwe Decker, stellte sich bestimmten Problemen. Auf der einen Seite wurde eine „philatelie-app“ entwickelt, die Lesern, die digitale Bereitstellung der „philatelie“ wünschen, diesen Wunsch erfüllt, was aber derzeit nur eine sehr überschaubare Zahl von Lesern in Anspruch nimmt. Auch Versuche, gerade Auslandsleser zu einem Umstieg auf eine digitale „philatelie“ zu motivieren, sind noch nicht von rechtem Erfolg gekrönt, der aber vielleicht noch folgen mag, wenn diesen künftig die tatsächlichen Versandkosten der „philatelie“ gesondert in Rechnung gestellt werden (für Ausland, besonders für Übersee, sind diese sehr hoch).

Bisherige Listen von sog. Freieempfängern wurden überprüft, Doppel- oder Mehrfachempfänger angefragt, auf nicht benötigte Mehrexemplare zu verzichten. Das brachte zwar nur kleine Einsparungen, die sich aber bei zwölfmaligem Erscheinen summieren.

Bereits 2014 ließ der BDPH-Präsident die Kosten für die Druckherstellung der Zeitschrift durch Vergleichsangebote prüfen. Zwei andere Firmen, bei denen substantiell eingespart werden konnte, kamen in Betracht. Es folgte ein Verhandlungsgespräch mit der derzeitigen Druckerei in Geldern, die sich außerstande sah, mitzuhalten. Sollte es bei dieser Situation bleiben, wird die „philatelie“ voraussichtlich ab Januar 2016 in einer neu zu wählenden Druckerei gedruckt.

Bekanntlich wurde mit der April-Ausgabe 2015 beginnend auch der Versender gewechselt, genauer gesagt, wird seitdem jede Ausgabe der „philatelie“ von zwei Versendern zugestellt. Zwei Drittel über die Bauer Medien GmbH und ein Drittel wie bisher über die Pressepost der Deutschen Post. Die Ersparnis ist nennenswert, obwohl es bei Bauer Anlaufschwierigkeiten gab, die zu vielfachen Lesereklamationen wegen nicht zugestellter Hefte führten. Dass dies wiederum zu erheblicher Mehrarbeit bei der Bundesgeschäftsstelle führte (Annahme der Reklamationen, Prüfung,

Aussendung noch vorhandener Einzelaus Exemplare, Sammelliste für Bauer wegen Nachprüfung), liegt auf der Hand. Auch bei der Redaktion kamen zahllose Anrufe seit April/Mai an und ein Ende ist derzeit noch nicht in Sicht. Dies wird nun für einige Monate weiter geprüft, um zu sehen, ob die Lage sich im erwünschten Sinne stabilisiert.

Bekanntlich hatte der BDPH 2014 die Jahresgabe für 2015 abgeschafft. Dies war verhältnismäßig zurückhaltend einmal in einer der frühen Ausgaben der „philatelie“ kommuniziert und vielfach überlesen worden. Da auch meinerseits nicht darauf geachtet wurde, dies in der Dezemberausgabe zu wiederholen, brach ein Sturm von Anfragen über die Redaktion – und noch weit mehr – über die Geschäftsstelle in Bonn herein. Tagelang waren Telefone lahmgelegt. All dies wäre an sich kein Problem, aber die Arbeit zu leisten, die termingerecht ansteht, ist dabei nicht möglich.

Es ist absehbar, dass weitere nennenswerte Einsparungen notwendig sind. Von verschiedenen Seiten wird dabei gerne die Möglichkeit der Reduzierung der Heftzahl pro Jahr genannt. Manchen scheinen zehn, neun oder gar nur sechs Ausgaben genug. Andere verweisen auf die Möglichkeit, Hefte nur digital zu publizieren, um somit zumindest Druck- und Versandkosten zu sparen.

Eine umfangreiche Analyse solcher Möglichkeiten ergab auch – neben tatsächlichen Einsparungen – deutliche Einnahmeverluste (z. B. von Anzeigen), aber auch die Notwendigkeit, Mitgliederpreise dann bei Einzelmitgliedern entsprechend anzupassen, so dass die erwünschten Vorteile von Mehreinnahmen sich ins Gegenteil verkehren.

Demgegenüber steht die Möglichkeit, den Heftumfang – gerade im BDPH-Teil der Zeitschrift – zu reduzieren. Pro Monat ist die Ersparnis zwar geringer, aber aufs Jahr gerechnet weit höher. Damit die notwendigen Einsparungen verträglicher sind, wird dieser BDPH-Teil künftig in einer kleineren Schrift, also mit neuem Layout gestaltet, und einige Rubriken gestrafft, so dass der Informationsverlust insgesamt nicht wirklich nennenswert ist. Auf Nachberichte wird ab 2016 weitgehend verzichtet. Die Aktualität bleibt also erhalten.

Allein die Einsparungen bei Druck, Vertrieb/Zustellung und bei dem reduzierten Heftumfang von 16 Seiten weniger im BDPH-Teil dürfte die Belastung des BDPH deutlich mindern.

3. Aussichten

Bekanntlich wird die Redaktionsarbeit ebenso wie die Anzeigenakquisition vom Phil*Creativ Verlag geleistet. In beiden Bereichen sind Reduzierungen teils seit Jahren, teils in absehbarer Zeit absehbar. Als Verlag muss man sich personell solchen Entwicklungen anpassen und sich ggf. andere Felder suchen, auf denen man tätig sein kann. Das ist nicht leicht zu realisieren, aber sozialverträglich zu gestalten. Wir arbeiten konstruktiv daran, dies sicher zu stellen.

Wichtig war und ist uns allen, dass die Leser ein Produkt mit einem unverwechselbaren Profil erhalten, dessen Schwerpunkt – dank der Regelbeilage der Stiftung zur Förderung der Philatelie und Postgeschichte – niveauvolle Fachbeiträge sind. Dies ist der Kern jeder Ausgabe, die damit auch weiterhin ihren Auftrag der Förderung der Literatur, der Autoren aus Arbeitsgemeinschaften und Studiengruppen, der Fachprüfer und Experten erfüllt, diesen eine Plattform für Veröffentlichungen in einem Umfang zu bieten, der an anderer Stelle kaum möglich ist. Gerade angesichts der nicht einfachen Zeiten erhält dieses Ziel noch höhere Bedeutung und man darf als Leser – der Schriftleiter schließt sich hier gerne mit ein – nur dankbar sein, dass die Zeitschrift dadurch ihr unverwechselbares Profil beibehält.

Natürlich kann man mit der Auswahl der Beiträge, mit Themen und Reportagen, es nie jedem Recht machen. Jeder hat unterschiedliche Wünsche und Vorstellungen, die man kaum auf einen Nenner bringen kann. Die Rückmeldungen von Lesern bei Messen und Ausstellungen belegen aber nahezu einstimmig, dass der Themenmix nach wie vor gut ankommt.

So bleibt mir nur, mich bei diesen treuen Lesern zu bedanken. In diesen Dank schlieÙe ich die Herausgeber ein, die die ihnen möglichen Freiräume bereitstellen, besonders aber die Bundesgeschäftsstelle, mit der wir stets eng zusammenarbeiten. Nicht zu vergessen sind die freien Mitarbeiter, die Autoren und Lektoren, die häufig seit Jahr und Tag dazu beitragen, dieser Zeitschrift erst das unverwechselbare Gesicht zu geben.

Das Tagesgeschäft und das Umfeld mag weit schwieriger sein als in früheren Jahren. Erfolgserlebnisse sind seltener geworden, aber die Grundzufriedenheit, monatlich und Jahr für Jahr ein gutes Produkt zu liefern, ist nach wie vor vorhanden. Ich danke allen Beteiligten dafür.

Wolfgang Maaßen

Juni 2015