

Beschluss

Sortimentsmanagement im Rahmen der Presse-Disposition

Beschluss der Versammlung des Bundesverbandes Presse-Grosso und der Arbeitsgemeinschaft Presse Vertrieb am Marketing-Tag vom 4.2.2014, Hamburg

Präambel

Die bedarfsgerechte Belieferung des Einzelhandels nach Maßgabe der verfügbaren Präsentationsfläche ist und bleibt eine zentrale Aufgabenstellung für Presse-Grosso und Verlage. Unter Berücksichtigung der Warengruppen-Rolle, die ein Einzelhandelsunternehmen dem Presse-Sortiment beimisst, müssen die vorhandenen Angebotskapazitäten bestmöglich bewirtschaftet werden, so dass für den Handelspartner ein hohes Maß an Effizienz und Profitabilität resultiert.

Um eine ausgewogene Balance zwischen titelspezifischer Distributionsbreite einerseits und standortbezogener Angebotsfläche andererseits zu gewährleisten, stehen der Branche bewährte Regularien, vorrangig das Koordinierte Vertriebsmarketing (KVM), sowie moderne, sehr leistungsfähige Vertriebsinstrumente zur Verfügung. Die konsequente Einhaltung der bestehenden Regelwerke schafft die Voraussetzung für eine spürbare Stärkung des Presse-Angebots am POS.

Aufgrund der hohen Marktdynamik reichen diese vorrangig titelspezifisch definierten Normen alleine allerdings nicht mehr aus. Es bedarf ergänzender Konventionen und Anwendungen, die in noch stärkerem Maße den standortspezifischen optimierten Sortimentsbezug auch nachhaltig gewährleisten.

Die Versammlung der deutschen Presse-Grosso Unternehmen (Bundesverband Presse-Grosso e. V. und Arbeitsgemeinschaft Presse Vertrieb, APV) beschließt daher die folgenden Regeln A – G.

A. Kundenindividuelle Angebotszeitverkürzung auf 4 Wochen für Titel mit einer Erscheinungsweise zweimonatlich und seltener

Bei einer Regalauslastung¹ ≥ 100 % gilt für Titel mit zweimonatlicher Erscheinungsweise und seltener, deren VMP-gestützter VKP-Umsatz pro EH nach 14 Tagen einen Betrag von 3,50 Euro nicht übersteigt, eine EH-spezifische Angebotszeitverkürzung auf 4 Wochen. Bei VMP-EH bilden die standortspezifischen Abverkaufsdaten die Basis der Bewertung; bei Nicht-VMP-EH wird der Durchschnittswert der VMP-Kunden unterstellt.

Die Angebotszeitverkürzung nach Maßgabe des VMP-gestützten, EH-spezifischen VKP-Umsatzerlöses findet auf Titel keine Anwendung,

- deren Werbevolumen größer-gleich 1 Millionen Euro ist, oder
- deren Verkaufsentwicklung der letzten 3 Ausgaben > 5 Prozent zum Vorjahr ist, oder
- die sich im Top 200 Umsatz-Ranking befinden (Basis: Grosso-Filialgebiet).

B. EH-spezifische Begrenzung von Objekt-Neueinschaltungen

Bei Neuverteilern oder Verteilererweiterungen werden Einzelhandelsstandorte mit einer aktuellen Regalauslastung > 120 % nicht berücksichtigt. Ausgenommen sind Objekte respektive Objektausgaben, die ein Werbevolumen von ≥ 1 Mio. € investieren oder im Vergleich zum Vorjahr eine durchschnittliche Verkaufssteigerung der letzten 3 Ausgaben von 5 % aufweisen.

C. Deckelung der maximalen Nullverkaufsquoten

Im Interesse einer marktgerechten Disposition gegenüber dem Einzelhandel sind die VD-abhängigen Remissionshöchstgrenzen (BfM-Tabelle) sowie die VD-abhängigen maximalen Nullverkaufsquoten von beiden Seiten nicht zu überschreiten. Die maximale Nullverkaufsquote ist auf 50 Prozent begrenzt. Die Tabellen gelten auch für die maximalen Nullverkaufsquoten laut Kap. 5.4 KVM (Verteilererweiterungen).

Formel: max. NVK = $0,4135 \cdot VD^{-0,681}$

Beispiele:

VD	max. NVK
1,00	41,4%
2,00	25,8%
3,00	19,6%
5,00	13,8%

¹ Regalauslastung = Anzahl Präsenztitel / Regalkapazität

D. Einführung eines Mindest-VD in Höhe von 0,5

Ein titelspezifischer Mindest-VD in Höhe von 0,5 ist einzuhalten. Ausnahmen können nur von betroffenen EH akzeptierte Bezüge von Tageszeitungen sein.

E. Reduzierung der maximal geduldeten Überschreitungen der Remissionshöchstgrenzen sowie maximalen Nullverkaufsquoten

Die genannten Höchstgrenzen dürfen im Durchschnitt mehrerer Ausgaben nicht überschritten werden:

- bis Erscheinungsweise wöchentlich: maximal 4 Folgen
- bis Erscheinungsweise 14-täglich: maximal 3 Folgen
- bis Erscheinungsweise monatlich: maximal 2 Folgen
- bis Erscheinungsweise seltener als monatlich: maximal 2 Folgen.

F. Beachtung der Remissionshöchstgrenzen sowie maximalen Nullverkaufsquoten auch während des Einführungszeitraumes von Neutiteln

Um eine am Verkauf orientierte Disposition gegenüber dem Einzelhandel zu gewährleisten, sind die Remissionshöchstgrenzen (BfM-Tabelle) sowie maximalen Nullverkaufsquoten auch während des Einführungszeitraumes, d.h. nach dem Vorliegen der ersten Verkaufsergebnisse, zu beachten. Es gelten entsprechend die Regelungen des Kapitels B 5.2, KVM.

G. Umsetzung

Die Maßnahmen werden verbindlich ab dem 1.3.2014 umgesetzt.