

<b>Vorwort</b>	<b>11</b>
<b>1 Aufgaben des Vertriebs</b>	<b>13</b>
<b>2 Kurzer geschichtlicher Einstieg in den Zeitungsvertrieb</b>	<b>17</b>
<b>3 Unterschiedliche Produkte im Zeitungsmarkt</b>	<b>23</b>
3.1 Tageszeitungen	23
3.1.1 Lokale und regionale Tageszeitungen	24
3.1.2 Überregionale Tageszeitungen	24
3.1.3 Kaufzeitungen	25
3.1.4 Tabloid-Zeitungen	26
3.2 Wochenzeitungen	28
3.3 Sonntagszeitungen	28
3.4 Digitale Zeitungen	30
3.4.1 Digitaler Druck am Point of Sale	30
3.4.2 E-Paper	31
3.4.3 Print on Demand	32
3.5 Kostenlose Zeitungen	33
<b>4 Absatzwege</b>	<b>39</b>
<b>5 Organisationsstruktur der Vertriebsabteilung</b>	<b>41</b>
<b>6 Auflagenstruktur</b>	<b>45</b>
6.1 Druckauflage	45
6.2 Abonnement-Auflage	46
6.3 Liefermenge Einzelverkauf	47
6.4 Sonstiger Verkauf	47
6.5 Bordexemplare	48
6.6 Remission	48
6.7 Verkaufte Auflage	49

6.8 Werbe-Exemplare	49
6.9 Verbreitete Auflage	49
6.10 Archiv- und Belegexemplare, Reste	50
<b>7 Auflagen-Entwicklung</b>	<b>51</b>
7.1 Auflage	51
7.2 Reichweite	54
<b>8 IVW</b>	<b>57</b>
8.1 Aufgaben	57
8.2 Mitglieder	58
8.3 Markenzeichen IVW	58
8.4 Veröffentlichungen	59
8.4.1 Auflagenübersicht	59
8.4.2 Verbreitungsanalyse	60
8.4.3 Basisliste	61
8.5 Prüfungen	62
<b>9 Das Abonnement</b>	<b>65</b>
9.1 Vertriebswege	65
9.1.1 Zusteller	65
9.1.2 Selbstabholer	71
9.1.3 Zustellung über die Deutsche Post AG	71
9.1.4 Agenturen	72
9.1.5 Vertriebskooperationen	72
9.1.6 Vertriebsgemeinschaft	73
9.1.7 Ausgliederte Vertriebsgesellschaft	73
9.2 Zugangswege	74
9.2.1 Bezieherwerber/Vertriebsvertreter	74

9.2.2 Zusteller	76
9.2.3 Leser werben Leser (LwL)	78
9.2.4 Mitarbeiter	80
9.2.5 Annahme-Stellen	80
9.2.6 Telefonwerbung	81
9.2.7 Direct Mail	82
9.2.8 Umzugsservice Deutsche Post AG	83
9.2.9 Gelegenheitswerber	84
9.2.10 Persönliche Bestellung	84
9.2.11 Studentenabonnements	85
9.2.12 Internet	85
9.2.13 Springer	87
9.2.14 Widerrufsrecht	88
9.2.15 Informationspflichten bei Abonnementverträgen	88
9.2.16 Kostenlose Probelieferungen	90
9.2.17 Entgeltliche und befristete Probeabonnements	91
9.2.18 Geschenkabonnements	92
9.2.19 Die Vertriebsrichtlinien	93
9.3 Betreuung und Service	95
9.3.1 Leitlinien für den Abonentenservice	96
9.3.2 Reklamationsmanagement	103
9.4 Verwaltung	105
9.4.1 Zahlungswege	109
9.5 Leserbindende Maßnahmen	111
9.6 Abgangswege	124
9.6.1 Kündigung	125
9.6.2 Nichtzahlung des Bezugspreises	130
9.6.3 Krankheit und ältere Leser	131

<b>10 Presse Distribution Deutsche Post AG</b>	<b>133</b>
10.1 Geschichtliche Entwicklung	133
10.2 Aufgaben	136
10.3 Versandformen	136
10.3.1 Postvertriebsstück	137
10.3.2 Pressesendung	138
10.3.3 Streifbandzeitung	138
10.3.4 Zusatzleistungen	138
10.3.4.1 Werbeversand	139
10.3.4.2 Pressepostfach Direkt	139
10.4 Transportnetze	140
10.4.1 Second Day-Service	140
10.4.2 Next Day-Service	140
10.4.3 Same Day-Service	141
10.5 Logistisches Konzept/Netzübersicht	142
10.6 Vertragsverhältnis	143
10.7 Entgeltberechnung/Unterlagen	144
10.8 Beilagen	147
10.9 Zeitungskennzahl	148
<b>11 Der Einzelverkauf</b>	<b>151</b>
11.1 Vertriebswege	152
11.1.1 Presse-Grosso	152
11.1.1.1 Saisonverkauf	157
11.1.2 Bahnhofsbuchhandel	158
11.1.3 Direktverkauf	160
11.1.3.1 Abendverkauf	160
11.1.3.2 Verkaufsautomaten	160
11.1.3.3 Straßenverkauf	162
11.1.3.4 Geschäftsstellen	164

11.1.4 Nationalvertriebe	164
11.1.5 Sonstiger Verkauf	165
11.1.6 Bordexemplare	165
11.1.7 Firmenabonnements	166
11.2 Remission	166
11.2.1 Körperliche Remission	167
11.2.1.1 Vollremission	167
11.2.1.2 Titelseiten-Remission	167
11.2.1.3 Titelkopf-Remission	168
11.2.2 Körperlose Remission	168
11.2.3 Service-Remission	169
11.3 Verkaufssteuerungsinstrumente	170
11.3.1 Marktorientierte Bezugsregulierung (MBR)	170
11.3.2 Einzelhandelsstrukturanalyse	171
11.3.3 EDI-Press-Verfahren	172
11.3.4 Verkaufstägliche Marktbeobachtung am Point of Sale (VMP)	174
11.3.5 EAN-Code/Scanner-Kassen	176
11.4 Verkaufsförderungsmaßnahmen	177
11.5 Kampagne „Pressefach-Händler“	181
<b>12 Distribution</b>	<b>183</b>
12.1 Versandunterlagen	183
12.2 Abladestellen	186
12.3 Zeitungsauslieferungstouren	187
12.4 Postauflieferung	190
12.5 Störungen und vorausschauende Maßnahmen der Distribution	191
12.6 Zusätzliche logistische Leistungen	192
12.6.1 Vertriebskooperationen	192

12.6.2 Resthaushaltsabdeckungen	192
12.6.3 Briefzustellung	193
<b>Schlusswort</b>	<b>197</b>
<b>Anhang</b>	<b>201</b>
1. Vertriebsrichtlinien	201
2. Literaturverzeichnis	205
3. Stichwortverzeichnis	207
4. Der Autor	216