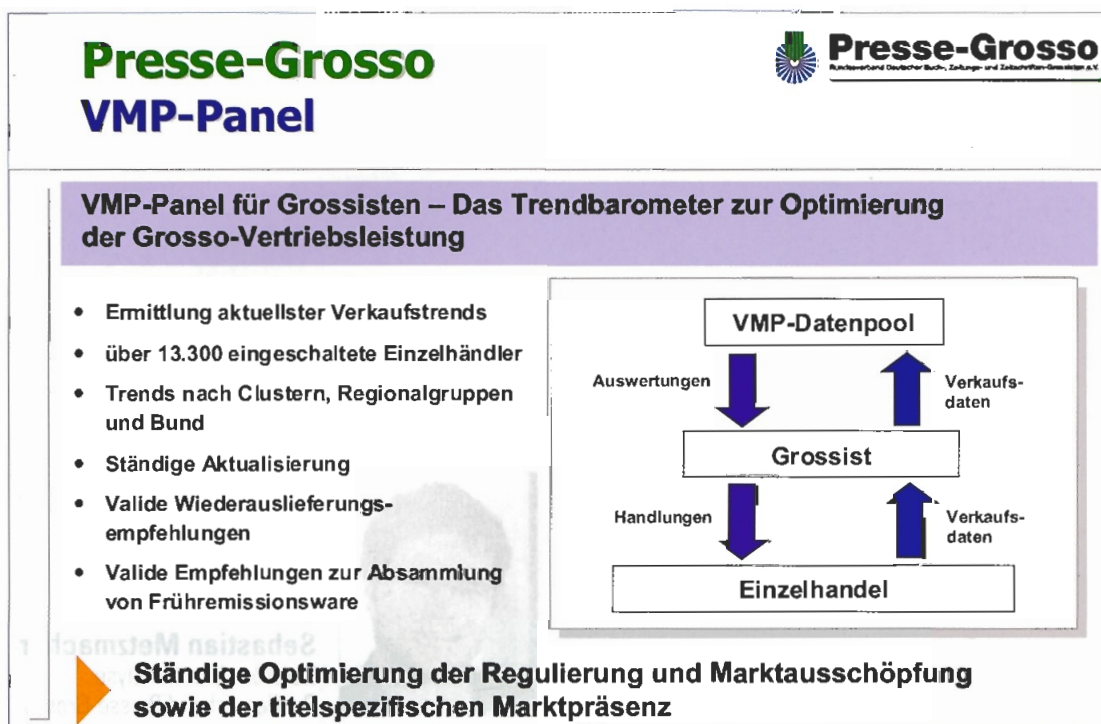


Presse-Grosso gibt Startschuss für das VMP-Panel für Grossisten

Zur Unterstützung der Grosso-Vertriebsarbeit präsentierte der Bundesverband Presse-Grosso im September 2010 das neue bundesweite VMP-Panel. Mit dem in Zusammenarbeit mit der Regensburger Conceptnet GmbH entwickelten Marktbearbeitungsinstrument können Pressegrossisten Trends im Presseverkauf frühzeitig erkennen. Zudem erhalten sie titel- und folgenindividuelle Vergleichsergebnisse auf Cluster-, Regionalgruppen- und Bundesebene zur Bewertung der eigenen Abverkaufszahlen. Damit trägt das VMP-Panel zur Optimierung vertrieblicher Abläufe bei und schafft einen nachhaltigen Nutzen für den Pressevertriebsmarkt.

In Zeiten schrumpfender Vertriebsmärkte gilt es, vorhandene Absatzpotenziale frühzeitig zu erkennen, um diese optimal ausschöpfen zu können. Informationen über frühzeitige Verkaufstrends im Presseverkauf liefern die so genannten VMP-Daten (Verkaufstägliche Marktbeobachtung am Point of Sale), die tagesaktuell durch Scannen verkaufter Presseprodukte im Einzelhandel generiert und von den Grossunternehmen zur Marktbearbeitung genutzt werden. Stichworte sind hier: Absammlungs- und Wiederauslieferungsempfehlungen oder vorzeitiger Remissionsaufruf. Datenbasis für solche Entscheidungen sind die VMP-Daten der rund 13.300 VMP-Einzelhändler in Deutschland (rund elf Prozent aller Presseverkaufsstellen; Stand Kalenderwoche 39/2010). Da auf Basis der VMP-Ergebnisse vertriebliche

Abb. 1: Das VMP-Panel für Grossisten – Trendbarometer zur Optimierung der Grosso-Vertriebsleistung



Entscheidungen getroffen werden, verwundert es nicht, dass dem Thema VMP im überarbeiteten gemeinsamen Leistungsrahmen der Pressevertriebsbranche, dem „Koordinierten Vertriebsmarketing“ (KVM), ein großer Stellenwert beigemessen wird. Hier verständigten sich die Verlegerverbände Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) und der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) gemeinsam mit dem Bundesverband Presse-Grosso auf VMP-Abverkaufsquoten, die Entscheidungsgrundlage für Absammlungsaufträge, Wiederauslieferungen oder für vorzeitige Remissionsaufrufe unverkäuflicher Ware sind.

Zur Unterstützung der Grosso-Vertriebsarbeit und zur Absicherung der VMP-Ergebnisse im jeweiligen Grosso-Gebiet hat der Grosso-Verband in Zusammenarbeit mit der Conceptnet GmbH, Regensburg, ein bundesweites VMP-Panel aufgebaut, mit dem der Abverkauf der aktuell im Handel befindlichen Zeitschriften valide bewertet wer-

den kann. Neben den VMP-Ergebnissen des jeweiligen Grosso-Unternehmens erhalten die Grossisten zur Bewertung der eigenen VMP-Abverkäufe titel- und folgenindividuelle Vergleichsergebnisse auf Cluster-, Regionalgruppen- und Bundesebene. Nach einem umfangreichen Test des VMP-Panel durch eine Grosso-Arbeitsgruppe, der Olaf Fuhrmann (PMG), Martin Schiessl (Schiessl), Uwe Sponzel (NPV), Michael Dangelat (PV Crämer), André Matysik (Wehling), Sven Rabsilber (bphh), Markus Kissel (LLD) und Roland Wurm (Conceptnet) sowie Lutz Bochsandl und Sebastian Metzmacher vom Grosso-Verband angehören, wurde dieses neue Instrument im September 2010 zur Unterstützung der täglichen Vertriebsarbeit freigegeben. Das VMP-Panel, mit dem Verkaufstrends im Presseverkauf frühzeitig bewertet werden können, trägt damit zur Optimierung vertrieblicher Abläufe und zu einer Verbesserung der Marktbearbeitung bei und schafft so einen nachhaltigen vertrieblichen Nutzen für Pressegroßhandel und Pressevertriebsmarkt.



Sebastian Metzmacher

Referent Marktanalyse
Bundesverband Presse-Grosso