

M E L O

MEDIA &
LOGISTIC
GROUP

Die **Media Distribution** fokussiert sich auf die Kundenanforderungen und daraus resultierend auf den passenden Mix aus Print- und Digitalangeboten. Die Division umfasst zum einen den klassischen Presse- und zum anderen den Digital- sowie Spezialvertrieb. Zusammen mit der **Content Creation** bildet dieser Bereich die **Medien-Säule der MELO Group**.

Die **Presse-Vertrieb Hermann Trunk GmbH & Co. KG** versorgt seit 1945 von München aus Einzelhändler verschiedenster Geschäftsarten mit Zeitungen, Zeitschriften und Non-Press-Produkten, neuerdings auch Tabak. Heute beliefert das Grosso-Unternehmen rund **4.500 Presseverkaufsstellen** in München sowie Oberbayern und Bayerisch-Schwaben.

Durch die 2013 erfolgte Übernahme des Presse-Grosso Getzkow in Ulm mit ca. **1.300 Einzelhändlern** ist das deutsche Vertriebsgebiet des Presse-Vertriebs Hermann Trunk zuletzt auf eine Fläche von mehr als **17.000 Quadratkilometern** angewachsen.

PGV Austria mit Sitz in Anif (bei Salzburg) vertreibt überwiegend Zeitschriften an rund **11.000 Verkaufsstellen** landesweit.

Über **60 Mitarbeiter** sind täglich für Verlage, den österreichischen zeitschriftenführenden Einzelhandel und nicht zuletzt für den Leser im Einsatz.

News-Log ist Marktführer und europaweiter Lieferant von Printmedien für Fluggesellschaften, Flughäfen und Cateringfirmen. News-Log deckt die gesamte Wertschöpfungskette ab, vom Einkauf über die Kommissionierung bis zur **Just-in-Time-Lieferung** an jeden gewünschten Ort.

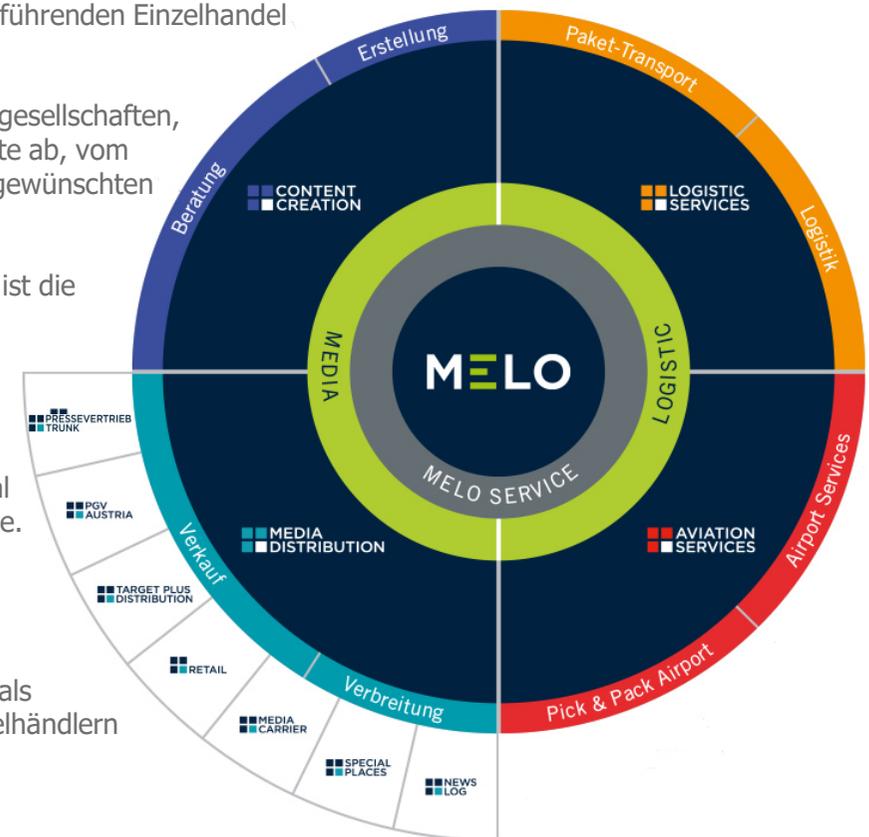
Media Carrier, das digitale Vermarktungs- und Vertriebsgeschäft, Kernprodukt ist die Media Box, eine virtuelle Bibliothek, die nationale und internationale Zeitungen und Zeitschriften tagesaktuell zum Download bereithält.

Special Places, eine Marke der Media Carrier GmbH, ist Marktführer für die individuelle Verbreitung von Printmedien.

Im Auftrag von Verlagen, Nationalvertrieben und Unternehmen akquiriert Special Places Auslagestellen für Zeitungen, Zeitschriften, Kundenmagazine und Kataloge.

Target Plus Distribution ist der Spezialist für den Vertrieb von **Special Interest Zeitschriften**.

Bestehend aus einem Team von Vertriebsfachleuten, das die modernen Entwicklungen auf dem Medienmarkt wie auch im Einzelhandel fokussiert und als **effizientes Bindeglied** zwischen Special-Interest-Verlagen und Spezial-Einzelhändlern fungiert



**Verlags- und
Handelsmarketing
Pressevertrieb TRUNK
2016 / 2017**

Vertriebsgebiet

Teilgebiet München, südliches Oberbayern, Bayerisch Schwaben

beliefert werden insgesamt 4.480 Einzelhändler

Fläche: 17.100 km²

Bevölkerung insgesamt: 3.422.669

Privathaushalte insgesamt: 1.619.903

PVT München

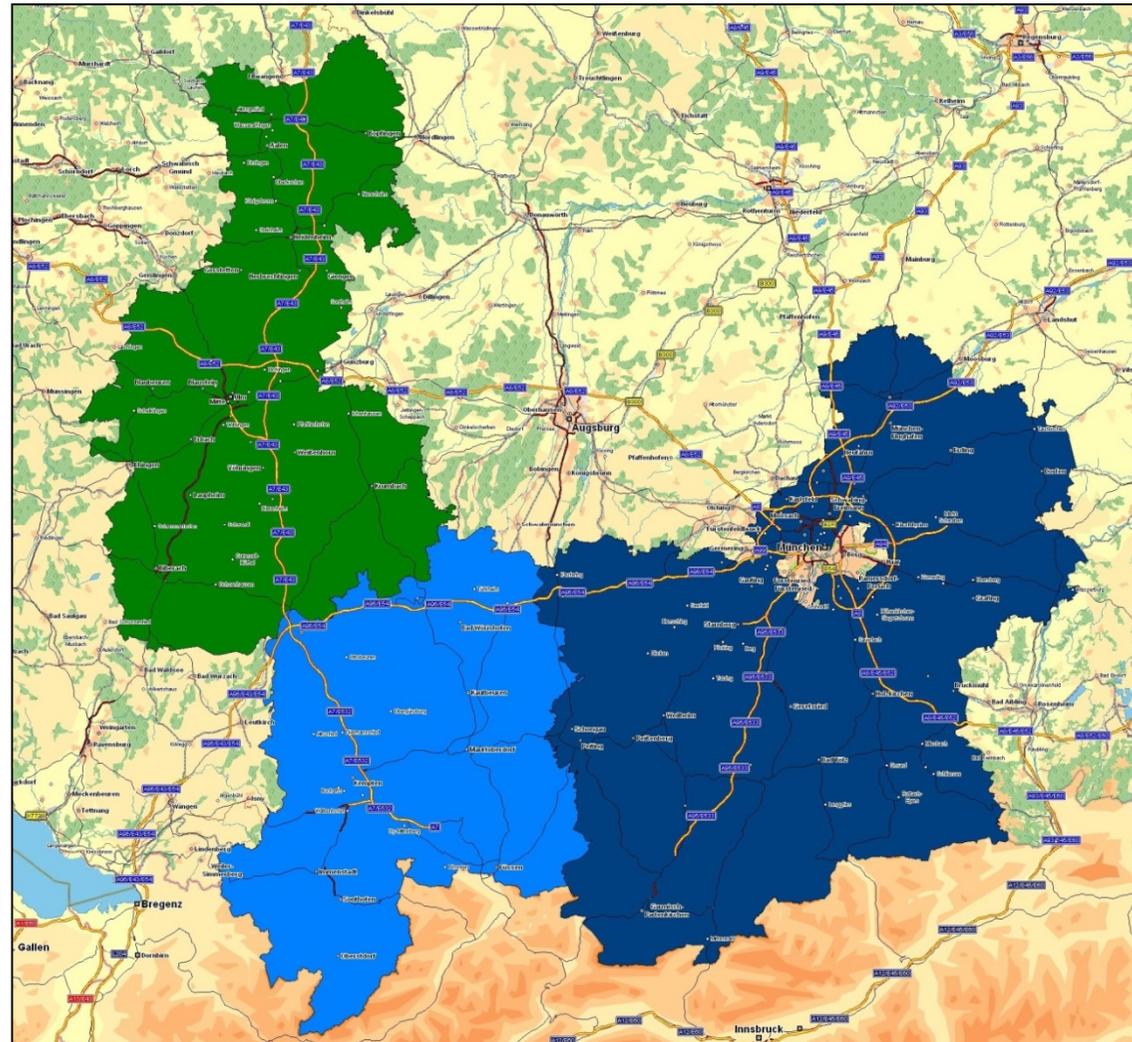
39 % Anteil Stadt München
Wasserburg, Bayrischzell, Mittenwald,
Garmisch-Partenkirchen, Schongau,
Landsberg, Freising, Erding, Dorfen

PVT Bayerisch-Schwaben Filiale Börwang/Haldenwang

Füssen, Kaufbeuren, Bad Wörishofen,
Mindelheim, Memmingen, Kempten,
Sonthofen, Oberstaufen, Oberstdorf,
Kleinwalsertal

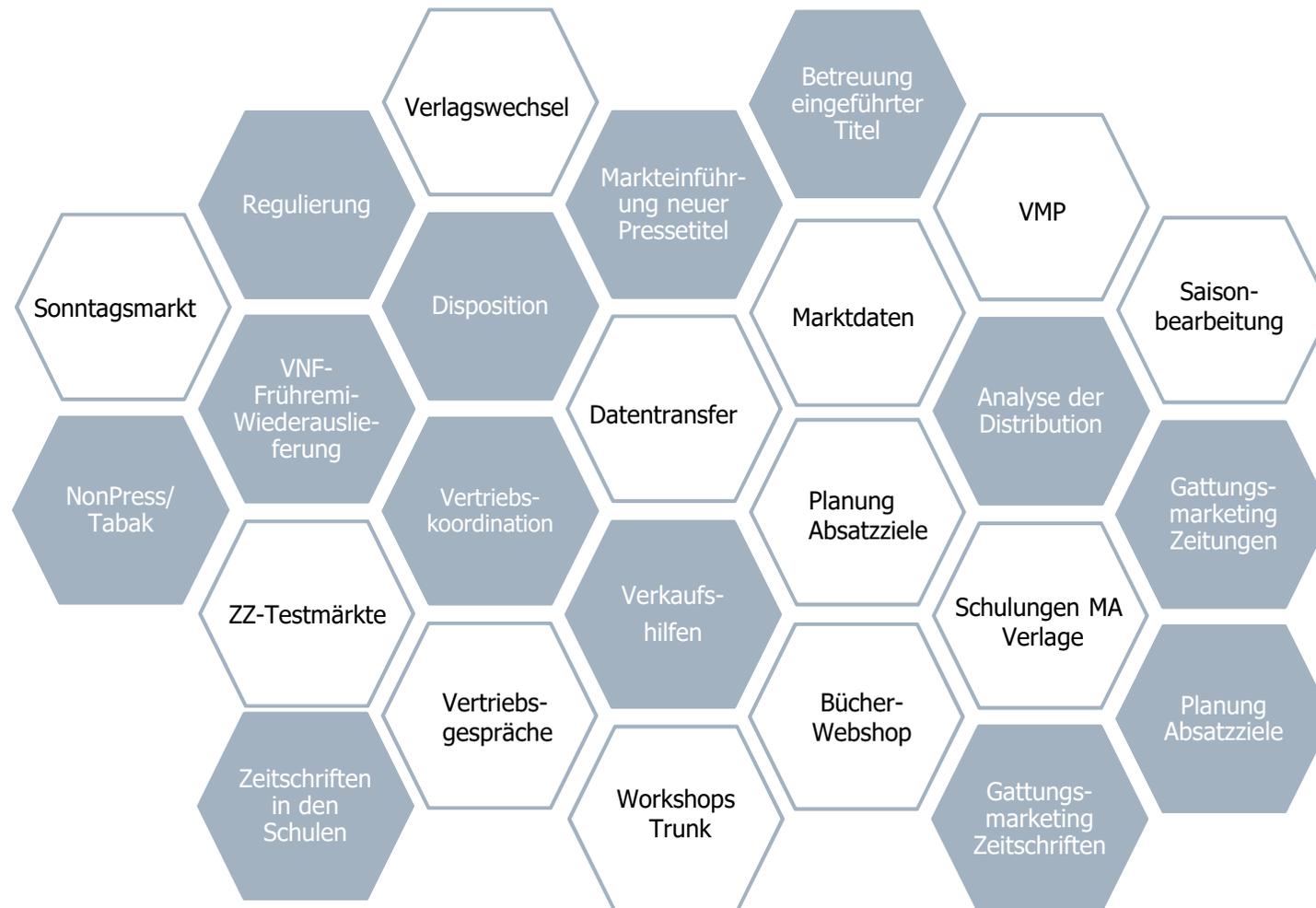
PVT Bayerisch-Schwaben Filiale Ulm

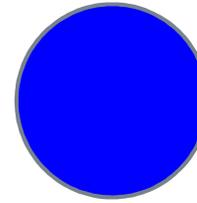
Ulm, Ellwangen, Aalen, Geislingen,
Laichingen, Ehingen, Biberach a. d. Riß,
Laupheim, Illertissen, Krumbach, Senden,
Langenau, Giengen a. d. Brenz, Bopfingen





Verlagsmarketing





Gattungsmarketing Zeitungen

**Freie Sicht auf Schlagzeilen!
„Tageszeitung auf Augenhöhe“**

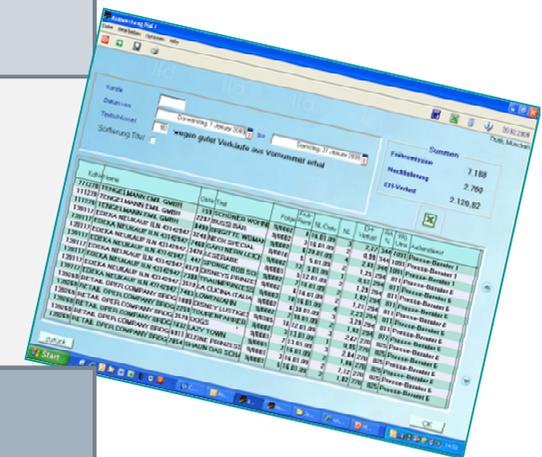
Wo baulich möglich, wird der Tageszeitungsblock in Augenhöhe platziert.



VNF-Frühremi-Wiederauslieferung

Verkaufsorientierte Nachlieferung bei Frühremission

Automatische Nachlieferung der GS-Arten 13,14 und 16 bei unqualifizierter Frühremission, d.h., wenn Frühremission höher als möglicher Verkauf ist, wird nachgeliefert



VNF 2016: Durch VNF wurden 210.790 Expl. automatisch nachgeliefert
 Indexwert zum Vorjahr: 94
 EH-Rohertrag: 176.220 Euro.

Gattungsmarketing Zeitschriften

- **Sonderplatzierung** 6 verkaufsstarker Titel im **TRUNK-Stapel-Display** und 8 verkaufsstarker Titel im **SKM-Ständer**
- Durch die Aktionen, die 2016 durchgeführt wurden, konnte ein Mehrverkauf der Aktionskunden zu den EHs ohne Aktionsdisplay in Höhe von 24 % erzielt werden.
- Auswertung und Erfolgskontrolle für teilnehmende Verlage
- Folgende Aktionen sind im LEH, in Verbrauchermärkten und beim FEH für 2017 geplant:
 - Winter und Wintersport
 - Land & Heimat
 - Ostern
 - Frühling Drinnen und Draußen
 - Reisen & Genießen
 - Sommer, Freizeit
 - Fußball Bundesliga
 - Herbst, Freizeit
 - Advent und Weihnachten



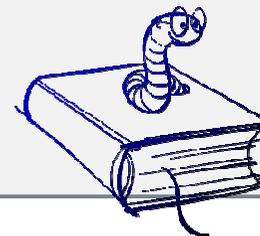
Non-Press

- Ansprechpartner für Auslieferung Zusatzsortimente
- Mittler zwischen Hersteller, Vertreiber und Einzelhändler
- RATZFAX: wöchentlicher Bestellschein an 3.390 EHs
- im Internet: www.grosso-shop.de mit Aktion der Woche
- seit 2015 Belieferung Tabak
- 14-täglicher Flyer Non-Press/Tabak an 3.340 EHs



Bücher-Webshop

- Online-Plattform für EH-Buchbestellungen www.pressewebshop.de
- EH muss sich registrieren, kann online bestellen, Auslieferung über PV Trunk innerhalb 48 Stunden
- Das Sortiment: der EH hat die Auswahl aus mehr als 400.000 Lagertiteln



Sonntagsmarkt

- Erschließung weiterer VK-Stellen für die BamS/WamS
- quartalsweise Angebot von AT und anderen Werbemitteln per EH-Info
- regelmäßiges Angebot von AT u.a. über Presse-Berater vor Ort



ZZ Testmärkte

- Objekttest für abgeschlossenes Gebiet, z.B. Sammelwerke
- komplette Struktur der „Marketing-Tastatur“
- eigene Codierung möglich

Verkaufshilfen

- ca. 1.000 Geräte sind im Einsatz
- BILD und SZ werden von Trunk betreut



Vertriebs-Gespräche

- Ansprechpartner für Verlagsaußendienst, regelmäßige Kommunikation

Verlagswechsel

- Bindeglied/Mittler bei Kommunikation zwischen internen Grosso-Bereichen, Handelspartnern, Verlagen und Einzelhandel
- Aufbereitung, Pflege, Dokumentation von Unterlagen und Gesprächsinhalten



VMP

- Belieferung Teilmengen, Nachlieferungen „Just in Time“
- vertriebliche Anlalyen, ggf. Absammlung Frühremission, Nachbestellung, Wiederauslieferungen
- Renner/Penner-Listen zur optimalen Marktausschöpfung aktueller Heftfolgen



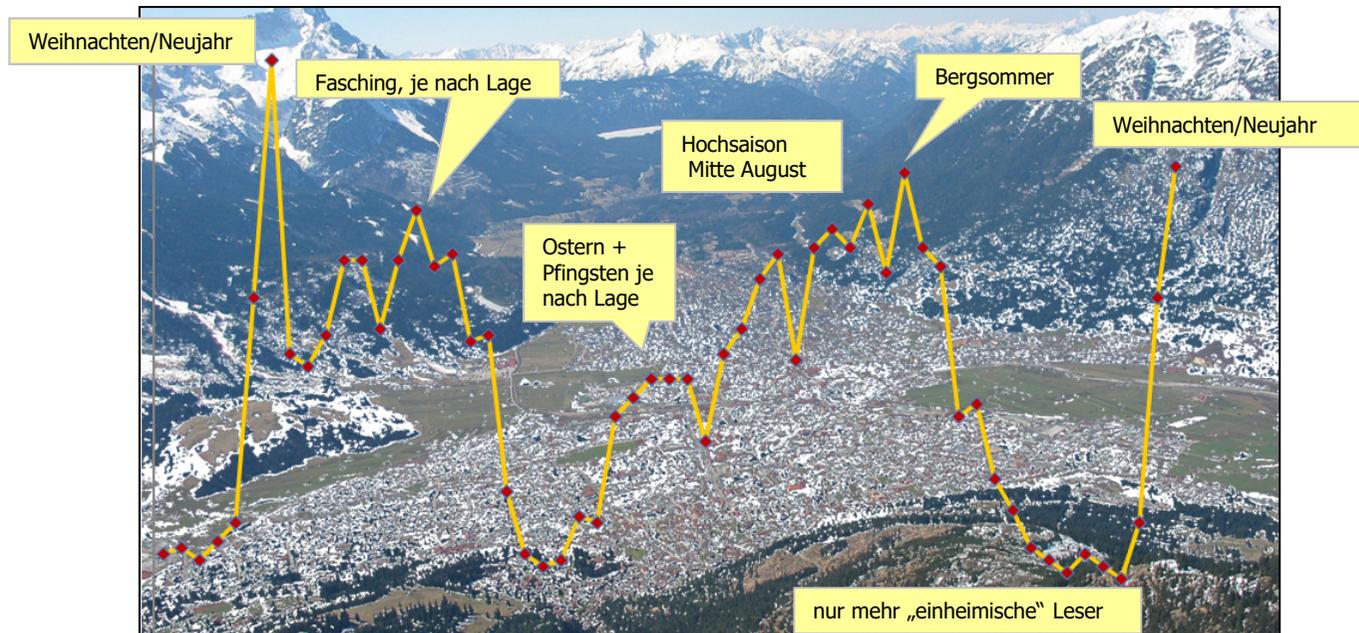
Anzahl VMP-Kunden 2016: + 4 % zum Vorjahr
430 in München und 392 in Bayerisch-Schwaben aller Kunden- und GS-Arten





Saisonbearbeitung

- 15 % der EH, eigene Steuerung
- Basis sind Verkäufe vergleichbarer Verkaufszeiträume und aktueller Objekt- und Kundentrend
- Vergangenheitsverkäufe 104 Folgen, eigene grafische Aufbereitung der Daten
- manuelle Überarbeitung von Ausreißern
- tägliche Dokumentation der Wetter-Entwicklung



Verlagsmarketing

Zeitschriften in den Schulen

- Leseförderung nachwachsender Generationen
- Azubi-Projekt



2016: 177 Schulen mit 583 Klassen
2017: 124 Schulen mit 632 Klassen



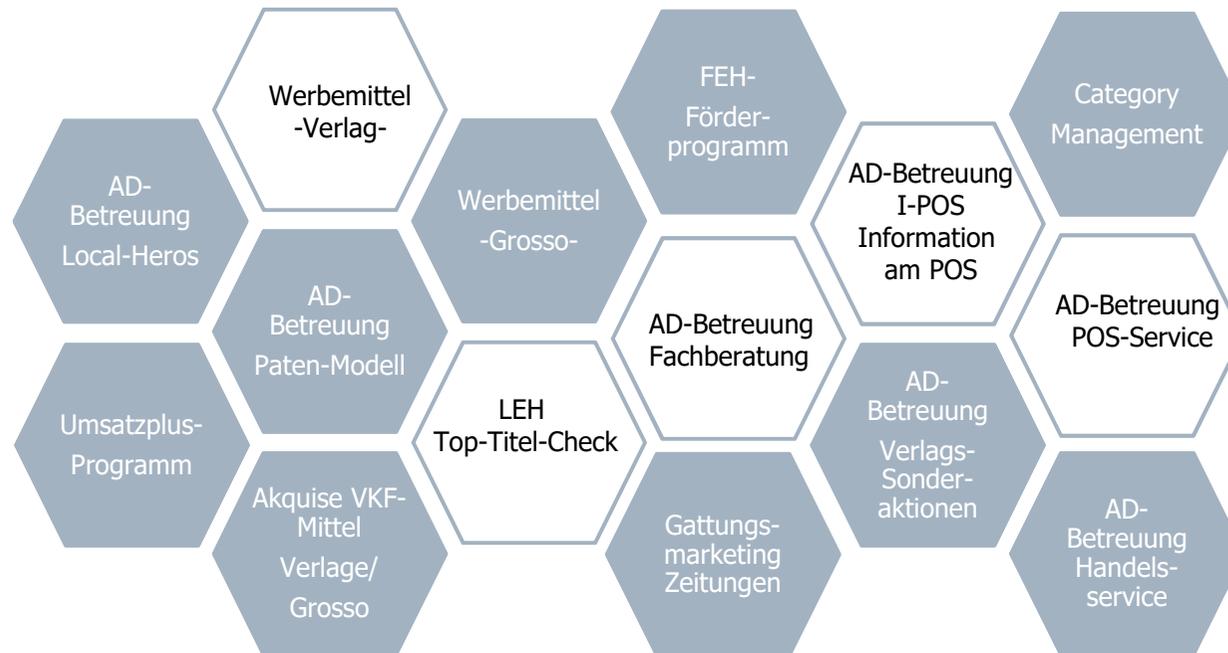
Stiftung Lesen

- Seit 2015 Mitglied im Stifterrath der Stiftung Lesen
- Mit der Teilnahme an dem Projekt „Mein Papa liest vor!“ setzt sich die MELO Group aktiv für eine Stärkung der Vorlesekultur in den Familien ein.





Einzelhandelsmarketing

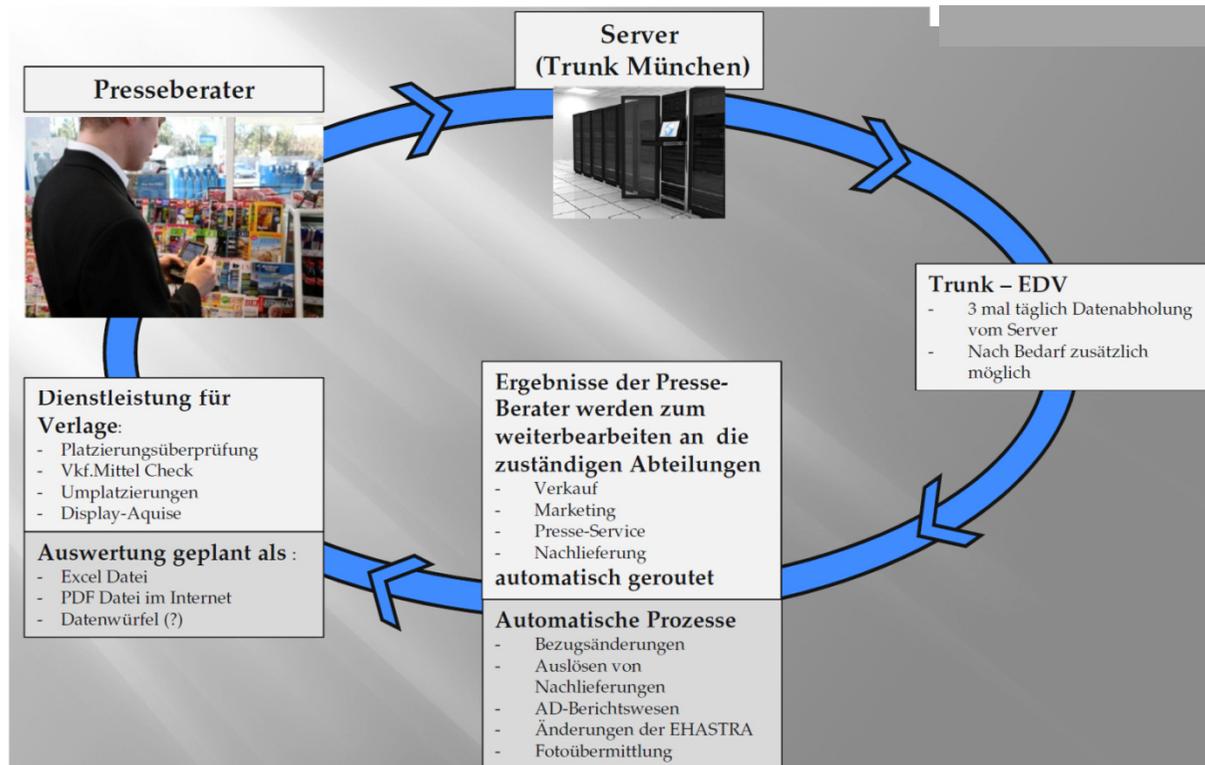


Einzelhandelsmarketing

AD-Betreuung I-POS Information am POS

Presse-Beratung live:

- Präsentation
- Kommunikation
- EHAstra
- Verkaufsförderung



Einzelhandelsmarketing

Werbemittel - Verlage -



2016: es wurden 2.412 Verlags-Werbemittel ausgeliefert

Einzelhandelsmarketing

Werbemittel - Grosso -



Aktueller Stand VKF-Mittel:



340 Regaldisplays
45 Kassen/Thekendisplays
24 Stapelpräsentier
25 Schaufensterwerbemodule

103 Plakatständer
23 Tageszeitungsdisklays
53 Stapelpräsentier hoch/SKM neu

Einzelhandelsmarketing

AD-Betreuung Handelsservice

10 Presse-Berater für die Einzelhandels-Betreuung

Grosso Aktionen

- VKF-Aktionen
- Frühjahrsputz
- CM-Strukturierung
- Geschäftsartenanalyse zur Umsatzsteigerung
- Überprüfung Titel mit dem EH 50 % Umsatz tätig

Grosso-Beratung

- EHA STRA-Prüfung
- Platzierungskontrollen
- Akquise Verkaufsfördermittel
- Platzierungsverbesserungen
- Akquise / Kontrolle Werbemittel innen / außen
- Erfassung Präsentationshilfen
- Überprüfung des Zustandes der Innen- und Außenwerbung

Local Heros

- CM
- regelmäßige Umsatzbesprechung
- Kontrolle der Toptitel
- Frühremissionsberatung
- Warenregulierung
- EHA STRA-Prüfung
- aktive Verkaufsförderung

Paten-EH-Betreuung

- monatliches Kennzahlen-Monitoring
- direkte Ansprache des EH bei Auffälligkeiten
- Betreuung Aktionsplätze durch Service-Kraft
- hohe Besuchs-/Kontaktfrequenz



Plan 2017:
Mehr als 7.900 Besuche im EH durch Presse-Berater sind geplant

Einzelhandelsmarketing

AD Betreuung Fachberatung

7 Presse-Fachberater für die Schwerpunktthemen:

- Präsentation
- Absatz-/Umsatz
- Liefer-/Reklamationsberatung
- Neukunden/Pächterwechsel
- Sonntagsmarkt
- Logistik
- Non Press



Einzelhandelsmarketing

AD-Betreuung POS-Service

4 Service-Kräfte für POS-Service:

- Zweitplatzierung
- Schaufenster-Dekoration
- Regalbestückung
- Sortimentsoptimierung
- Platzierungsoptimierung



Einzelhandelsmarketing

FEH Förderprogramm

- Überprüfung und ggf. Platzierungsverbesserung der Titel, mit denen 50 % des Umsatzes getätigt werden.
- Regalprogramm mit Sonderkonditionen vom Ladenbau, plus Regalfinanzierung
- Akquise des Markenauftritts (Schaufenster und Außenwerbung)
- Akquise von Aktionsplätzen für Presse und Non-Press-Aktionen

Umsatz-Plus-Programm

- EH-individuelle Top-Titel-Platzierung im Regal prüfen
- Leittitel und Leuchtturm je CM-Gruppe nachhaltig setzen
- EH-individuelle Top-Titel in Augen- und Griffhöhe
- Ausbau der EH mit CM-Umrüstung (CM-Struktur, Leittitel in Vollsicht, Beschriftung)
- Verkaufsförderung (Kassenaktionen), Regaldisplay
- Key Account Gespräche



Einzelhandelsmarketing

AD-Betreuung Verlags-Sonderaktion

- Platzierungskontrollen
- Kontrolle/Verteilung Verlagswerbemittel



Einzelhandelsmarketing

Category Management

Trunk-Marketing-Tool für den filialisierten Einzelhandel

- vertikale Blockbildung der 7 CM-Gruppen
(Motor, Computer, Wirtschaft, TV-Press, Frauen, Freizeit, Jugend)
- Leittitel (Leuchtturm) in Vollsicht (absatzstärkster Titel der CM-Gruppe)
- Beschriftung mit Signalwirkung
 - Ablagenbeschriftung direkt unter dem Leittitel (Leuchtturm)
 - Regalbeschriftung nach CM-Blöcken (Fernwirkung)
- 444 filialisierte EH umgerüstet*



*Stand: Januar 2017



CM-umgerüstete EHs 4/2016: 31 % aller filialisierten EH

Einzelhandelsmarketing

LEH Top Titel Check

- Monatliche Überprüfung der kundenindividuellen Top-Titel im LEH
- Prüfung und Herstellung der Platzierung und Präsentation der kundenindividuellen Top-Titel.
- Monatliches Reporting
- Auswertung Reporting:
 - ab Präsentations-Note 4 nochmaliger Besuch des AD zur Regalpflege und evtl. CM- Umrüstung
 - Kompetenz Personal: durch intensiven Kontakt Qualität des Personals verbessern

Ziel: Umsatzsteigerung / Erhöhung der Nachlieferungen



tfd. Nr.	AD	Kd.-Nr.	Optischer Eindruck		Regalauslastung System		Präsentation Top 25 Yellow			Präsentation Top 10 TV		Bestände geprüft		NL veranlasst		Qualität/Kompetenz Personal (Summe)	sonstiges
			Regalauslastung (Summe)	Präsentation (Summe)	ohne kompletter Remi	mit kompletter Remi	geschützt vollst.	markiert	gesamt	geschützt vollst.	markiert	gesamt	ja	nein	ja		
					126	113										1	3
					102	102										1	2
1	Fr. Märkl	101114	2	3	115	115	1	1	1	1	1	1				1	2
2	Fr. Märkl	123016	2	2	119	115	1	1	1	1	1	1				1	2
3	Fr. Märkl	121370	2	2	130	105	1	1	1	1	1	1				1	4
4	Fr. Märkl	130051	2	2	132	128	1	1	1	1	1	1				1	4
5	Fr. Märkl	145420	3	3	132	102	1	1	1	1	1	1				1	2
6	Fr. Märkl	145420	3	3	93	83	1	1	1	1	1	1				1	3
7	Fr. Märkl	123061	3	3	93	93	1	1	1	1	1	1				1	3
8	Fr. Märkl	103307	3	3	120	120	1	1	1	1	1	1				1	3
9	Fr. Märkl	145050	4	3	146	133	1	1	1	1	1	1				1	3

Einzelhandelsmarketing

Akquise VKF-Mittel Verlage/Grosso

Verlags- und Grosso-Verkaufsfördermittel werden als Zweitplatzierung beim EH akquiriert

Dauerhafte Verkaufsfördermittel zur Zweitplatzierung:
Regaldisplays, Stapeldisplays, Kassendisplays, Thekendisplays, UPD, KPL, Multimax, VZD

Displays für Verlags- und Grosso-Sonderaktionen



2016 : es wurden 802 Verkaufsfördermittel akquiriert

Einzelhandelsmarketing

Handel filialisiert/ fragmentiert



Einzelhandelsmarketing

Handel filialisiert/ fragmentiert

Presse-Service Einzelhandel

Telefonische Betreuung von 4.400 Einzelhändlern durch **13 Presse-Service-Mitarbeiter**

- Monatliche Überprüfung der kundenindividuellen Top-Titel im LEH
- Prüfung und Herstellung der Platzierung und Präsentation der kundenindividuellen Top-Titel.
- Monatliches Reporting
- Auswertung Reporting:
 - ab Präsentations-Note 4 nochmaliger Besuch des AD zur Regalpflege und evtl. CM- Umrüstung
 - Kompetenz Personal: durch intensiven Kontakt Qualität des Personals verbessern

Ziel: Umsatzsteigerung / Erhöhung der Nachlieferungen



2016:

- 2.881 Anrufe wöchentlich
- 281 Neukunden – 353 Einstellungen
- Werbemittel-Beratung
- Qualitätssicherung Logistik
- Online-Service

Einzelhandelsmarketing Handel filialisiert/ fragmentiert

EH-Workshops

- Themenbezogene Workshops
 - Verkaufsförderung
 - Saisongebiete
- Remissionsschulungen mit Betriebsführung
- Workshops mit Verlagsteilnahme
- 2016 fanden 4 Veranstaltungen mit 41 Teilnehmern statt:
 - 2 Remissionsschulungen
 - 2 Druckereibesichtigungen „Wie entsteht eine Zeitung?“



2017: 8 Workshops und Druckereibesichtigungen geplant

Einzelhandelsmarketing

Handel filialisiert/ fragmentiert

Presse-Präsentation

- **Gestaltung**
vertikale Ausrichtung mit gruppierten Schwerpunktthemen
- **Beleuchtung**
- **Strukturierung**
Struktur schafft Ordnung im Presseregal
- **Beschriftung**
Orientierungshilfe für Konsumenten
- **Sortimentsanpassung**
an die vor Ort befindliche Regalierung



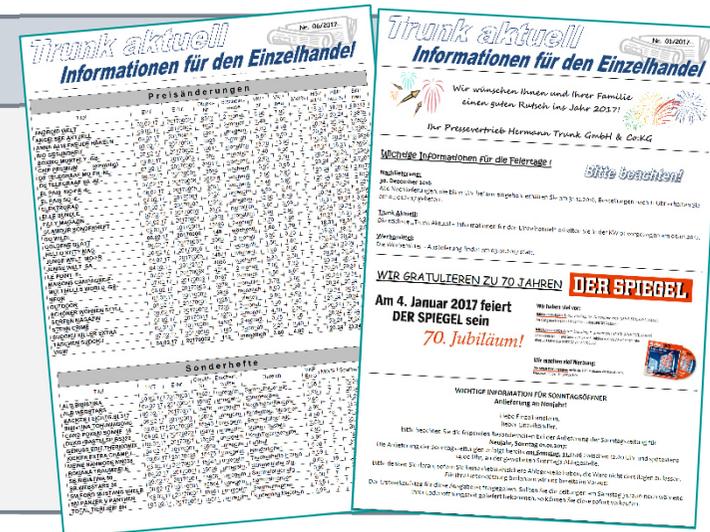


Einzelhandelsmarketing Handel filialisiert/ fragmentiert

Regelmäßige EH-Info

Wöchentliche Information für den Einzelhandel zu:

- Preisänderungen, Neuerscheinungen, Einstellungen,
- Sonderhefte, vertriebsbeschränkte Titel,
- Berichte über EH-Auszeichnungen oder Verlags-Gewinnspiele.
- im Internet: www.trunk.de >> Trunk-Aktuell
>> Verlagsinformationen



EH-Gewinnspiele

Gewinnspiele für unsere EHs, die Aktionsdisplays (Regaldisplays, Kassendisplays) haben und diese regelmäßig mit Aktionsware bestücken.

Gewinner werden in unserer Trunk aktuell mit Foto der Gewinnübergabe veröffentlicht.





Einzelhandelsmarketing Handel filialisiert/ fragmentiert

POS - Promotion -

Unterstützung der EH bei Geschäftseröffnungen, Jubiläen etc. durch Promotion-Aktionen vor Ort:

- Glücksrad
- Press-Bike



POS Verkaufsförderung

Impulskäufe steigern!

Einsatz von:

- Regaldisplays
- Kassendisplays
- Thekendisplays
- Stapelpräsentier
- Aktionsdisplay-Drehständer



2016: Insgesamt 48 VKF-Aktionen als Marketingaktivität mit Aktions-Auswertung und Bildmaterial

Einzelhandelsmarketing **Handel fragmentiert**

Key Accounting

Jahresgespräche mit:

Edeka, Feneberg, V-Markt, Metro, Tengemann, Allguth

Bäckerei-Filialisten: **Wimmer, Münzel**

Besprechung der Umsatzentwicklung, Kennzahlen, Zweitplatzierung und Platzierungsoptimierung



2016: 8 Key-Account-Gespräche bei LEH und Bäckereien.
Teilnahme mit Messestand an der REWE-Frühjahrs- und Herbstmesse
sowie Edeka-Messe.

EH-Jubiläen

Ab 10-jährigen Firmenjubiläen (15-/20-/25-jährige Jubiläen) werden unsere Einzelhändler besucht und eine Urkunde, Blumen und Sekt überreicht.

Veröffentlichung der Jubilare mit Foto in der Trunk aktuell und auf unserer Homepage.



2016: 60 Jubiläums-Kunden-Besuche



Einzelhandelsmarketing Handel filialisiert

Presse-Regale

- Regalberatung
- Regalfinanzierung durch Trunk
- Regalaufbau
- Kontakt/Vermittlung zum Ladenbau
- Regalaktion für GA 11 und 12: Angebots-Flyer mit Finanzierungs-Plan



Die Kraft unserer Ideen und Lösungen reduziert Komplexität und schafft Fokus. Wir verbessern das Arbeiten und Leben unserer Kunden indem wir **reibungslose Abläufe im Hintergrund** garantieren.

**Die richtigen Medien zur richtigen Zeit,
am richtigen Ort, im passenden Mix.**

