

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 **4.400 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 ca. **17.000 Quadratkilometern** angewachsen.

PGV Austria mit Sitz in Anif (bei Salzburg) vertreibt Zeitungen und Zeitschriften an rund **11.000 Verkaufsstellen** landesweit. Über **50 Mitarbeiter** sind täglich für Verlage, den österreichischen zeitschriftenführenden Einzelhandel und nicht zuletzt für den Leser im Einsatz.

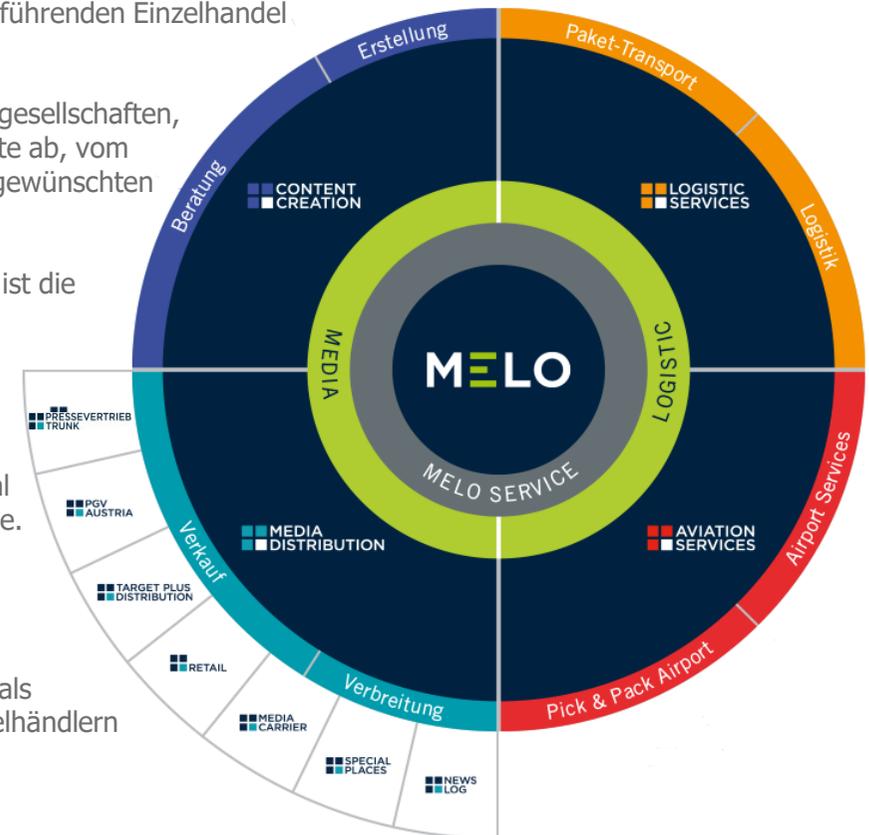
News-Log ist Marktführer und europaweiter Lieferant von Printmedien für Fluggesellschaften, Flughäfen und Cateringfirmen. News-Log deckt die gesamte Wertschöpfungskette ab, vom Einkauf über die Kommissionierung bis zur **Just-in-Time-Lieferung** an jeden gewünschten Ort.

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 2020

Vertriebsgebiet

Teilgebiet München, südliches Oberbayern, Bayerisch Schwaben

beliefert werden insgesamt 3.975 Einzelhändler

Fläche: 16.890 km²

Bevölkerung insgesamt: 3.639.781

Privathaushalte insgesamt: 1.729.204

PVT München

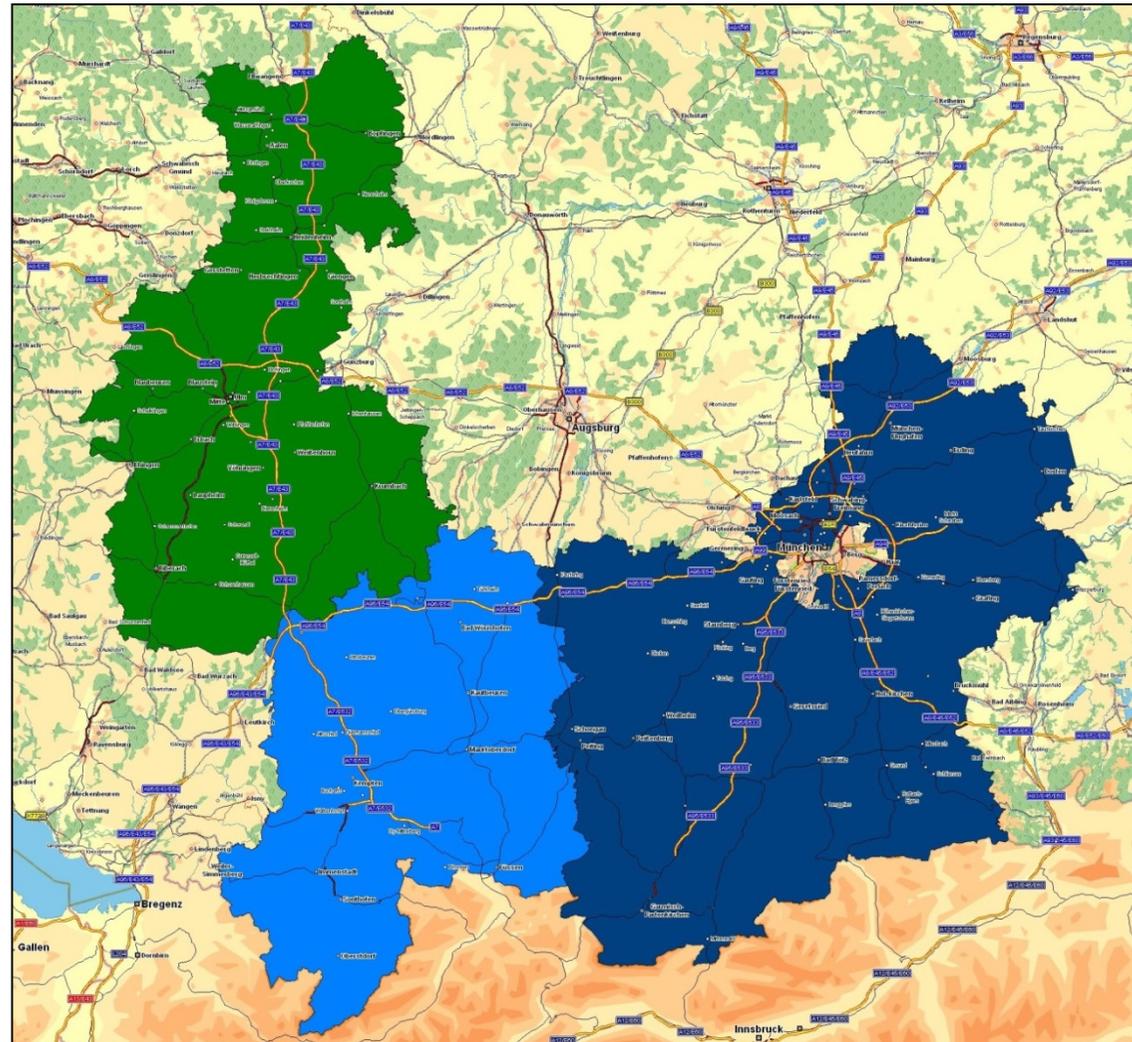
39 % Anteil Stadt München
Wasserburg, Bayrischzell, Mittenwald,
Garmisch-Partenkirchen, Schongau,
Landsberg, Freising, Erding, Dorfen

PVT Bayerisch-Schwaben Filiale Börwang/Haldenwang

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

PVT Bayerisch-Schwaben Filiale Ulm

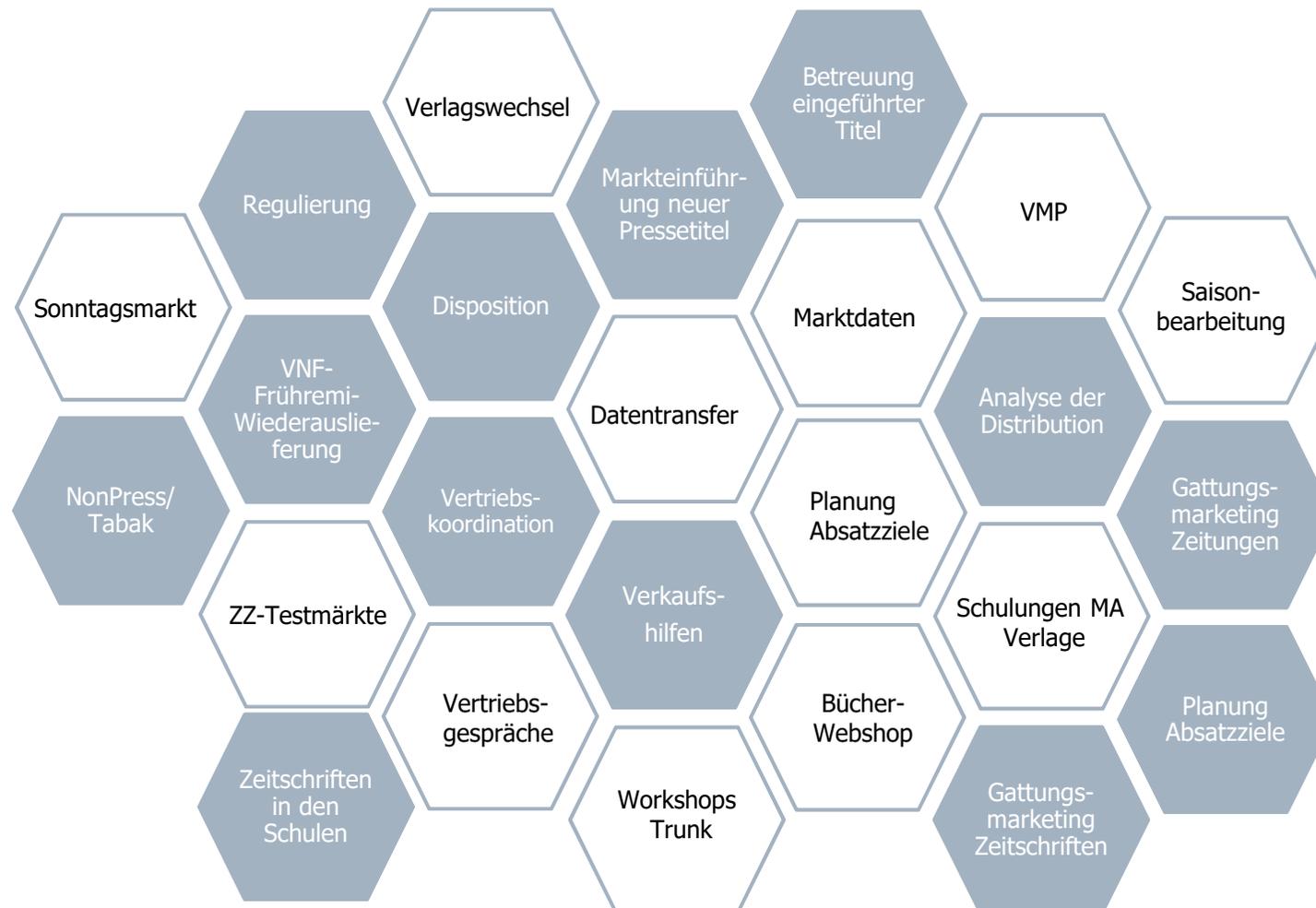
Ulm, Ellwangen, Aalen, Geislingen,
Laichingen, Ehingen, Biberach a. d. Riß,
Laupheim, Illertissen, Krumbach, Senden,
Langenau, Giengen a. d. Brenz, Bopfingen



(Stand Grosso Demographie 4. Quartal 2018)



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 2019: der Gesamtwert nach VK aller NL nach verkaufsschädlicher Frühremission betrug 3.197.855 Euro.



Seit 2017 die GA 11-14,16 und 18 aufgeschaltet.
Wertmäßiger Indexwert notwendiger NL seitdem um ca. 60 % gestiegen

| Code | Titel | Preis | Menge | Summe | Fahrrad |
|--------|--------------|-------|-------|-------|---------|
| 111220 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111221 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111222 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111223 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111224 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111225 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111226 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111227 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111228 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111229 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111230 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111231 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111232 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111233 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111234 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111235 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111236 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111237 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111238 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111239 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111240 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111241 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111242 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111243 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111244 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111245 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111246 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111247 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111248 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111249 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111250 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111251 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111252 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111253 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111254 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111255 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111256 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111257 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111258 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111259 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111260 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111261 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111262 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111263 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111264 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111265 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111266 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111267 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111268 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111269 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111270 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111271 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111272 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111273 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111274 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111275 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111276 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111277 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111278 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111279 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111280 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111281 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111282 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111283 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111284 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111285 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111286 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111287 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111288 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111289 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111290 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111291 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111292 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111293 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111294 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111295 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111296 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111297 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111298 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111299 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |
| 111300 | FRÜHREMIS... | ... | ... | ... | ... |

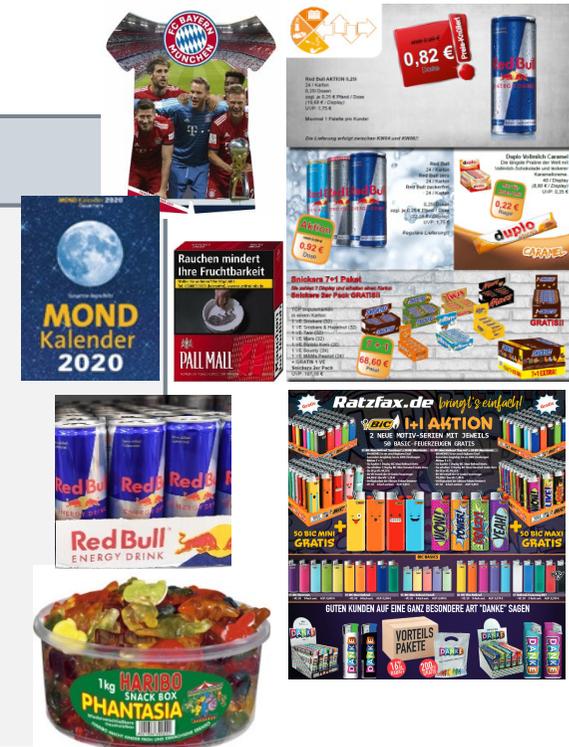
Gattungsmarketing Zeitschriften

- **Sonderplatzierung** 6 verkaufsstarker Titel im **TRUNK-Stapel-Display** und 8-9 verkaufsstarker Titel im **SKM-Ständer**
- Durch die Aktionen, die 2019 durchgeführt wurden, konnte ein Mehrverkauf der Aktionskunden zu den EHs ohne Aktionsdisplay in Höhe von 22 % erzielt werden.
- Auswertung und Erfolgskontrolle für teilnehmende Verlage
- Folgende Aktionen sind im LEH, in Verbrauchermärkten und beim FEH für 2020 geplant:
 - Winter und Wintersport
 - Land/Heimat & Frühling
 - Ostern
 - Frühling Drinnen und Draußen
 - Fußball-EM 2020
 - Sommer, Freizeit
 - Fußball Bundesliga
 - Herbst, Freizeit
 - Advent und Weihnachten



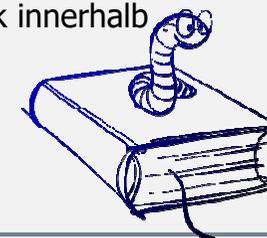
Non-Press

- Ansprechpartner für Auslieferung Zusatzsortimente
- Mittler zwischen Hersteller, Vertreiber und Einzelhändler
- RATZFAX: wöchentlicher Bestellschein an 3.500 EHs
- im Internet: www.grosso-shop.de mit Aktion der Woche
- seit 2015 Belieferung Tabak
- 14-täglicher Flyer Non-Press/Tabak an 3.450 EHs
- Bestellportal für Presseartikel, Tabakwaren und Non-Press-Artikel im Internet: www.trunk-select.de



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. 730 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

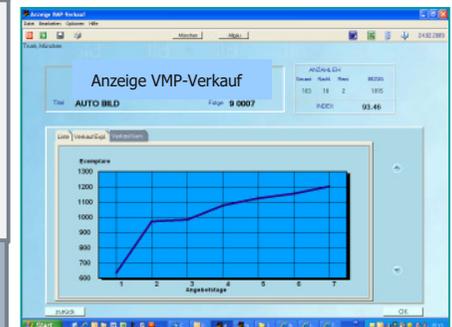


VMP

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



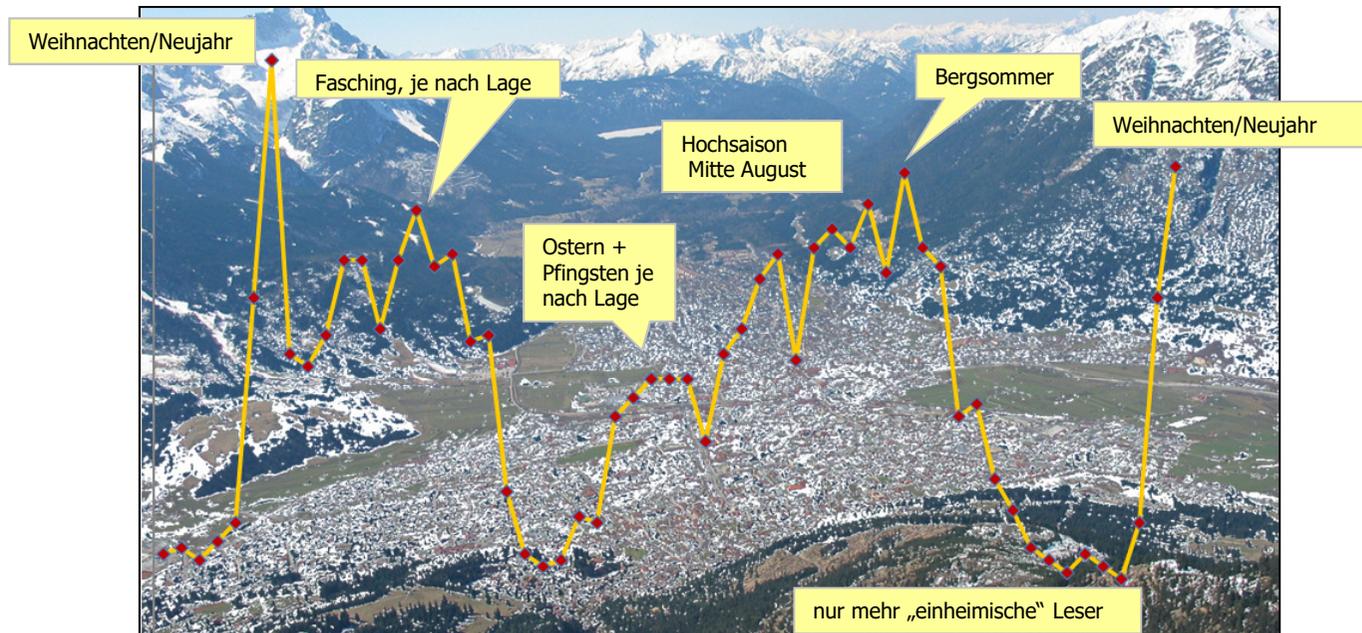
Anzahl VMP-Kunden 2020: + 10 % in den letzten zwei Jahren
584 in München und 422 in Bayerisch-Schwaben aller Kunden- und GS-Arten





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



Teilnehmer 2020: 86 Schulen mit 343 Klassen



Stiftung Lesen

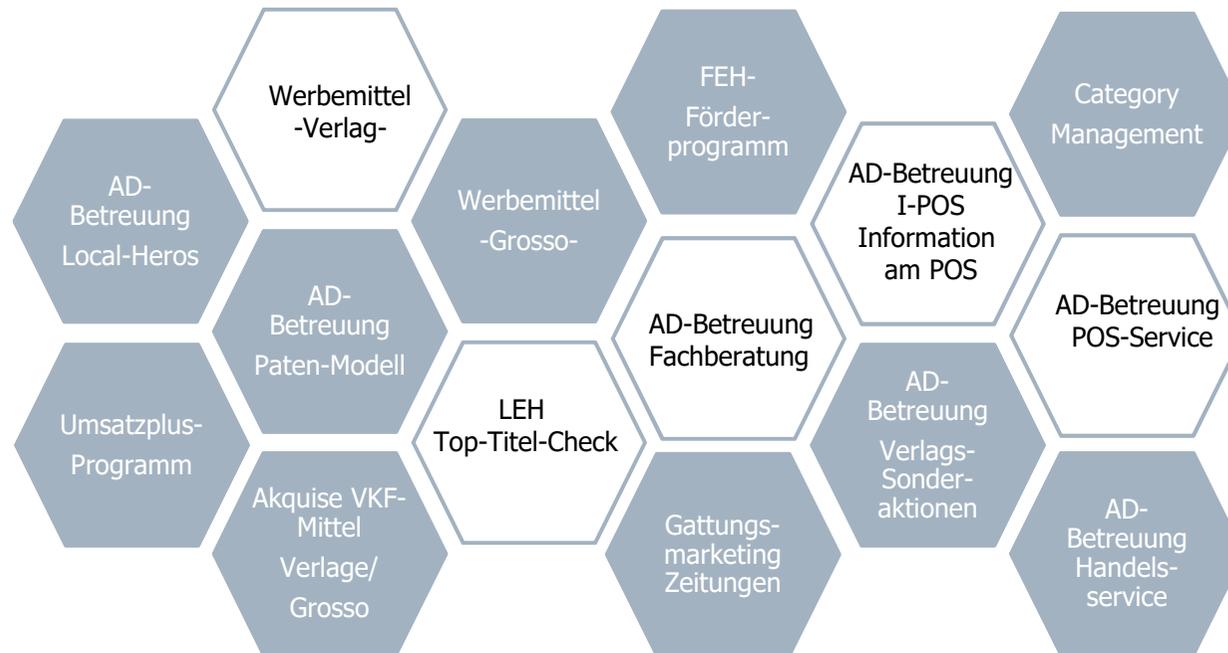
- Seit 2015 Mitglied im Stiferrat der Stiftung Lesen
- Mit der Teilnahme an dem Projekt „Mein Papa liest vor!“ setzt sich die MELO Group aktiv für eine Stärkung der Vorlesekultur in den Familien ein.

Stiftung Lesen





Einzelhandelsmarketing

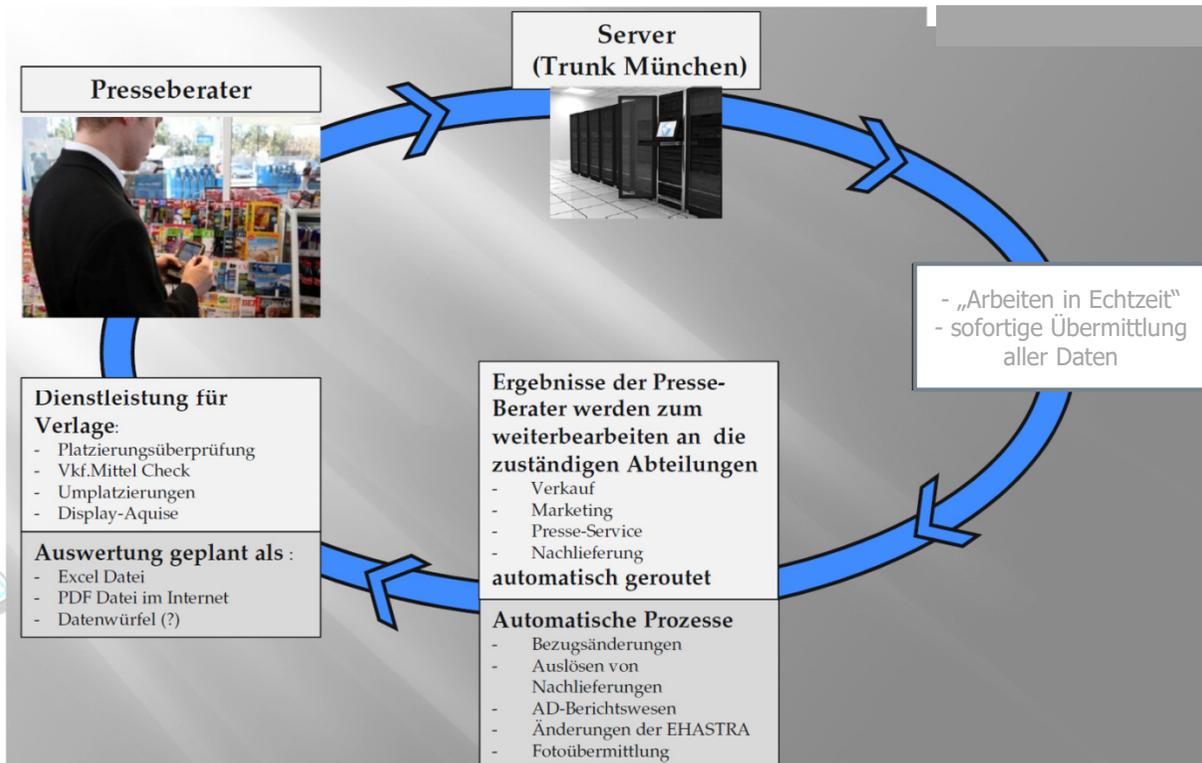


Einzelhandelsmarketing

AD-Betreuung mit Tablet Information am POS

Presse-Beratung live:

- Präsentation
- Kommunikation
- EHAstra
- Verkaufsförderung



Einzelhandelsmarketing

Werbemittel - Verlage -



2019: es wurden 1.863 Verlags-Werbemittel ausgeliefert

Einzelhandelsmarketing

Werbemittel - Grosso -



Aktueller Stand VKF-Mittel:



296 Regaldisplays
46 Kassen/Thekendisplays
18 Stapelpräsentier
23 Schaufensterwerbemodule

61 Plakatständer
18 Tageszeitungsdisplays
38 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 2020:
Mehr als 4.931 Besuche im EH durch Presse-Berater sind geplant

Einzelhandelsmarketing

AD Betreuung Fachberatung

6 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
- 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-Presse, 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)
- 357 filialisierte EH umgerüstet*

*Stand: Sept. 2019



CM-umgerüstete EHs 2019: 33 % 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 3,5 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 (Skala 1-5) | sonstiges |
|----------|-----------|---------|-----------------------------|--------------------------|------------------------|---------------------|----------------------------|----------|----------------------------|------------------------|----|------------------|----|---------------|---|---|-----------|
| | | | Regalauslastung (Skala 1-5) | Präsentation (Skala 1-5) | ohne kompletter Remi | mit kompletter Remi | geschützt vollst. markiert | standard | geschützt vollst. markiert | Standard | ja | nein | ja | nein | | | |
| | | 101114 | 2 | 3 | 126 | 113 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 3 | |
| 1 | Fr. Märkl | 123016 | 2 | 2 | 115 | 102 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 2 | |
| 2 | Fr. Märkl | 121370 | 2 | 2 | 119 | 115 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 2 | |
| 3 | Fr. Märkl | 130051 | 2 | 2 | 130 | 105 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 4 | |
| 4 | Fr. Märkl | 145420 | 3 | 3 | 132 | 102 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 4 | |
| 5 | Fr. Märkl | 123061 | 3 | 3 | 93 | 88 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 3 | |
| 6 | Fr. Märkl | 103307 | 3 | 3 | 93 | 88 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 3 | |
| 7 | Fr. Märkl | 145050 | 4 | 3 | 120 | 93 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 3 | |
| 8 | Fr. Märkl | 112270 | 3 | 3 | 146 | 133 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 3 | |
| 9 | Fr. Märkl | | | | | | | | | | | | | | | | |

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

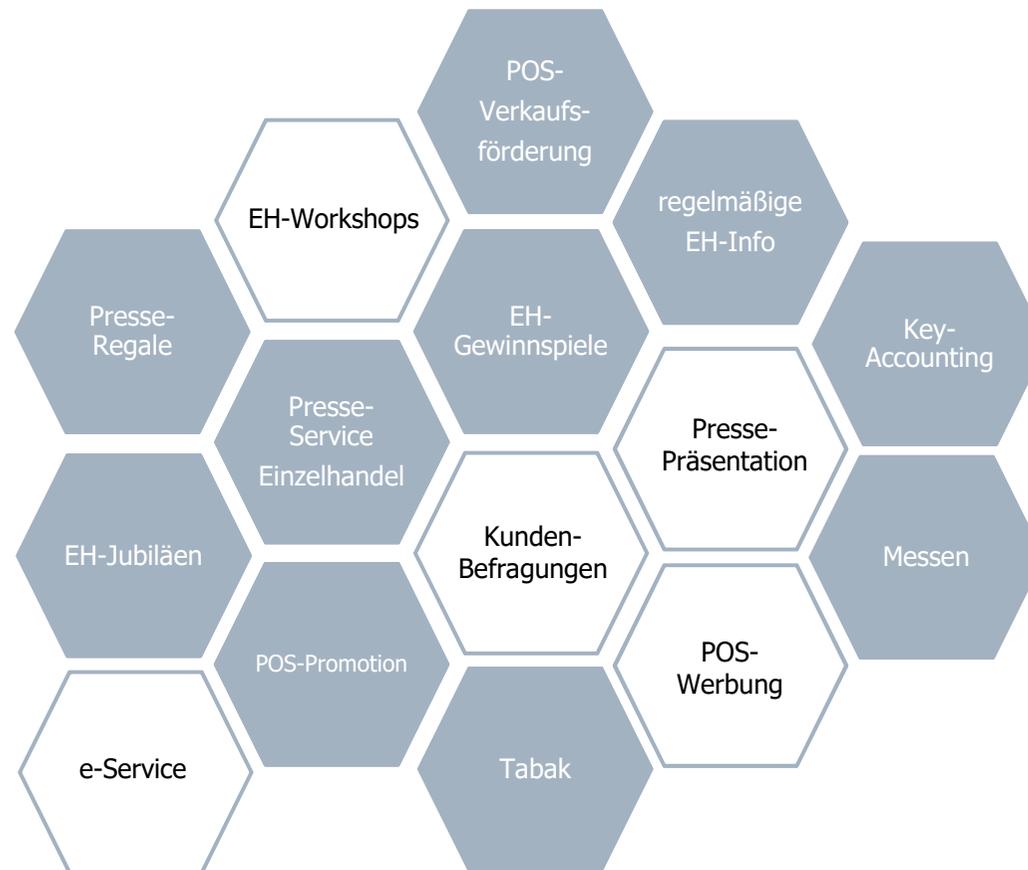
Displays für Verlags- und Grosso-Sonderaktionen



2019 : es wurden 590 Verkaufsfördermittel akquiriert

Einzelhandelsmarketing

Handel filialisiert/ fragmentiert





Einzelhandelsmarketing

Handel filialisiert/ fragmentiert

Presse-Service Einzelhandel

Telefonische Betreuung von 4.000 Einzelhändlern durch **11 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



2019:

- 1.850 Anrufe wöchentlich
- 304 Neukunden – 392 Einstellungen
- Werbemittel-Beratung
- Qualitätssicherung Logistik
- Online-Service

Einzelhandelsmarketing

Handel filialisiert/ fragmentiert

Presse-Service Einzelhandel

eService kostenlos – komfortabel – 24/7

Neues Trunk Online Portal für die Einzelhändler

- Titel Nachbestellungen + Anzeige der Verfügbarkeit
- Titelsuche bzw. Check (Remiaufruf, nächster EVT)
- Download der Lieferscheine
- Download der Rechnungen
- Online Reklamieren
- Jederzeit Zugriff
- keine langen Wartezeiten am Telefon
- selbständige Bezugsänderungen durch EH möglich (Prüfung durch Plausibilitätskontrolle)



Einzelhandelsmarketing

Handel filialisiert/ fragmentiert

EH-Workshops

- Themenbezogene Workshops
 - Verkaufsförderung
 - Saisongebiete
- Remissionsschulungen mit Betriebsführung
- Workshops mit Verlagsteilnahme
- 2019 fanden 4 Veranstaltungen mit 96 Teilnehmern statt:
 - 2 Remissionsschulung
 - 1 Schulung V-Markt, Zentrale
 - 2 Druckereibesichtigungen „Wie entsteht eine Zeitung?“



2020: 7 Workshops und Druckereibesichtigungen geplant

Einzelhandelsmarketing Handel fragmentiert

Key Accounting

Key Account - Jahresgespräche mit:

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

Bäckerei-Filialisten: **Wimmer, Münzel**

Besprechung der Umsatzentwicklung, Kennzahlen, Zweitplatzierung und Platzierungsoptimierung

Teilnahme mit eigenem Messestand an der

- REWE Frühjahrs- und Herbstmesse 2020 in Landshut (mit Unterstützung von Ladenbau Impuls, PV Jost, NPV)
- EDEKA Messe, München Messegelände (gemeinsam mit PV Jost)



2019: 5 Key-Account-Gespräche bei LEH
3 Messe-Teilnahmen

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 als e-paper und zum downloaden:
 - >> 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 fragmentiert

POS Verkaufsförderung

Impulskäufe steigern!

Einsatz von:

- Regaldisplays
- Kassendisplays
- Cover Promo Displays
- Thekendisplays
- Stapelpräseniter



2019: Insgesamt 65 VKF-Aktionen als Marketingaktivität mit Aktions-Auswertung und Bildmaterial

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.**

