

„Presse bringt Kunden“

Das Pressegeschäft mit Jost

Ein Leitfaden für den Einzelhandel

Schwanseestr. 85
81549 München
Zentrale: 089/ 69 384-0

www.presse-jost.de
info@presse-jost.de

	Seite:
1. Willkommen bei Jost	3-4
2. Das Pressegeschäft in Deutschland	5
3. Sortiment	6-8
4. Warenpräsentation	9-15
5. Verkaufsförderung	16-20
Zusatzwareenträger	
Innen- und Außenwerbung	
Zweitplatzierung	
6. Nachlieferungsservice	21
7. VMP-Grundlagen	22
8. Das Tagesgeschäft mit Jost (Formulare)	23
Der Lieferschein	
Der Nachlieferschein	
Die Wochenrechnung mit Anlagen	
Der Remissionsschein/ Begleitschein/ Serviceremission	
Pressewoche /Jost aktuell	
9. Informationstexte	38
10. Kunden Service-Nummern	42

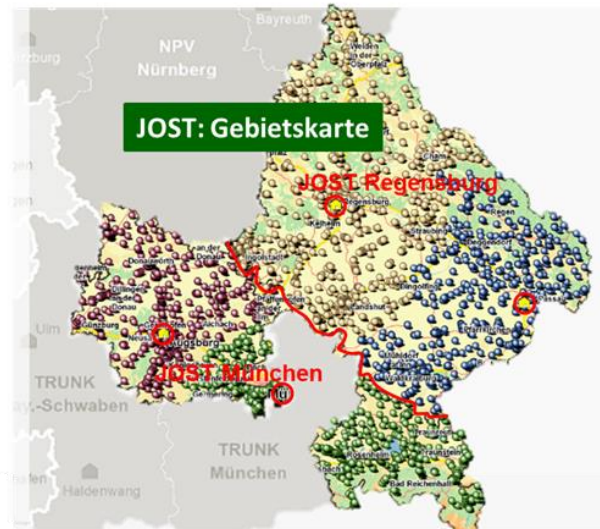
1. Willkommen bei Jost

Der Verkauf von Presse ist ein erfreulich lukratives und risikoloses Geschäft. Heute mehr denn je. Die Attraktivität der Presse ist auch in diesem Jahr trotz des Wettbewerbes mit den elektronischen Medien weiter gestiegen. Die Presse ist ein Markt, der auch durch seine Bedeutung für die Öffentlichkeit manche Privilegien genießt: etwa, dass die Preise gebunden sind, dass jeder Grossist (so nennt man den Pressegroßhändler im Fachjargon) für ein bestimmtes Gebiet Alleinanbieter ist oder dass unverkaufte Exemplare vom Verlag zurückgenommen werden.

Wer Geld mit Presse verdienen will, findet in **Jost** einen erfahrenen Partner: über 80 Jahre Erfahrung in Pressesortimenten und deren Präsentation stehen zur Verfügung, um Sie optimal zu betreuen. Wie wir die lukrativen Seiten des Pressegeschäftes für Sie nutzen und worauf Sie selbst achten müssen, erläutert Ihnen diese Mappe.



Schwanseestraße 85
81549 München
Telefon (0 89) 6 93 84-0
Telefax (0 89) 6 93 84-2 46



1. Vertriebsgebiet Jost

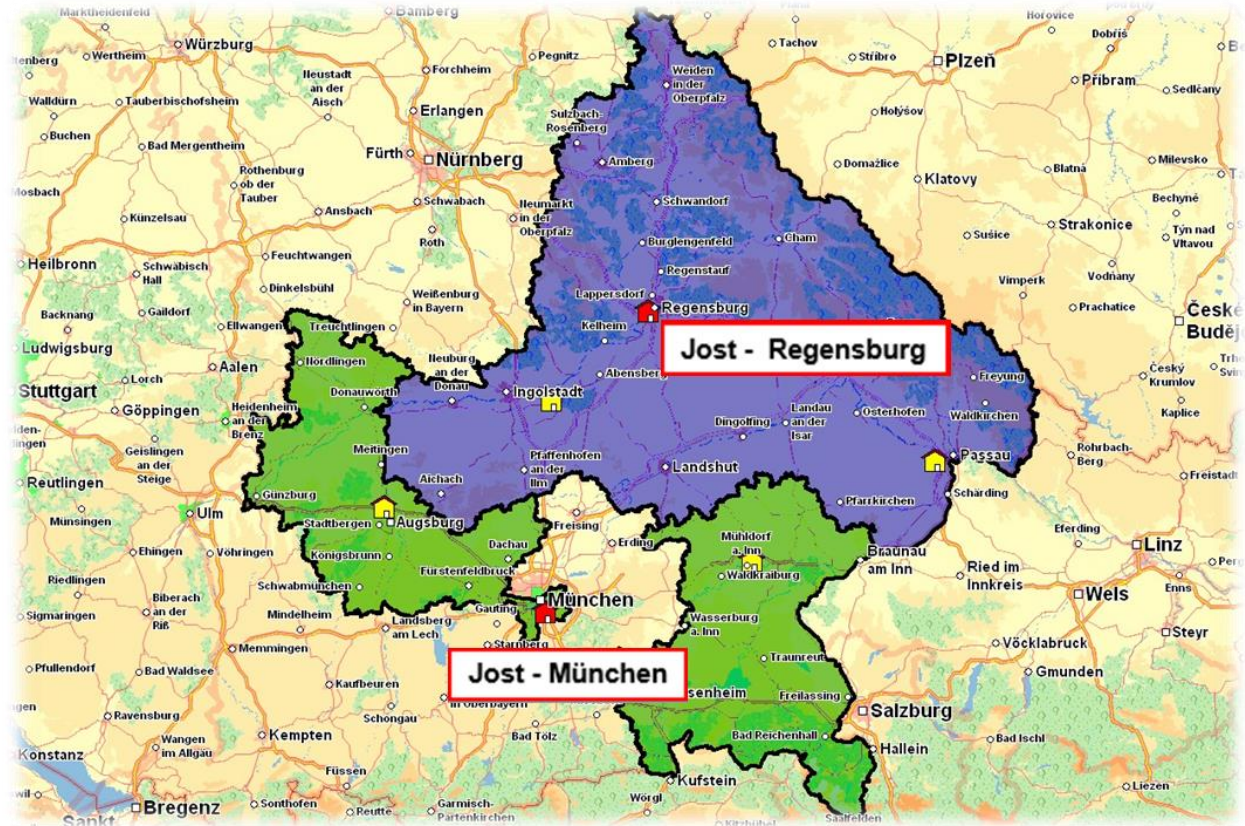


Das Vertriebsgebiet der Firma Jost besteht aus Teilen der bayerischen Regierungsbezirke Oberbayern, Schwaben, Niederbayern und Oberpfalz. Die größten Städte sind München (südlicher Teil), Augsburg, Ingolstadt, Regensburg und Landshut.

Unser Marktanteil in Bayern:
ca. 43%

Fläche 27.800 Km²

5,4 Mio Einwohner



Niederlassungen in München und Regensburg berücksichtigen die Bedürfnisse lokaler Gegebenheiten und sind Voraussetzungen für Kundennähe sowie zuverlässige Belieferung der Verkaufsstellen.

2. Das Pressegeschäft in Deutschland

Die Grundlage



Art. 5 Grundgesetz (Meinungs- und Pressefreiheit; Freiheit der Kunst und der Wissenschaft)

- (1) Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern, zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.
- (2) Diese Rechte finden ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre.
- (3) Kunst und Wissenschaft, Forschung und Lehre sind frei. Die Freiheit der Lehre entbindet nicht von der Treue zur Verfassung.

Die Presse ist bunt und vielfältig

Jeder kann alles schreiben und drucken. Die Pressefreiheit ist ein Grundrecht und im Artikel 5 unseres Grundgesetzes garantiert. Der interessierte Leser soll Presseerzeugnisse überall kaufen können. Der Pressegrossist verschafft allen für den Einzelverkauf geeigneten Titeln den Marktzutritt und garantiert somit die Pressevielfalt.

Das von den Verlagen garantierte Remissionsrecht erlaubt es Ihnen, ein vielfältiges Pressesortiment ohne Warenrisiko zu führen.

Die Einkaufs- und Verkaufspreise sind für alle Einzelhändler einheitlich durch die Verlage festgelegt. Dies bedeutet für Sie eine sichere Kalkulation und gleiche Verkaufschancen. Als Einzelhändler sichern Sie die Pressefreiheit durch die Präsentation eines attraktiven nachfrageorientierten Sortiments.

A large, overlapping pile of various German newspapers and magazines. Visible titles include 'Frankfurter Allgemeine', 'Bunte', 'Donaukurier', 'Münchener Merkur', 'Es Hört Zu', 'Nachtzeitung', 'Süddeutsche Zeitung', 'Brigitte', 'Für Sie', and 'Der Spiegel'. The covers feature a variety of images, including portraits of people, landscapes, and abstract designs, representing a wide range of media content.

3. Sortiment

Vor dem Druck einer neuen Ausgabe stimmt sich der Verlag mit dem Grosso über die erwartete Nachfrage ab. Es ist unser Ziel, die Mengendisposition an der Verkäuflichkeit zu orientieren, um so die Remission möglichst niedrig zu halten. Wir errechnen für Sie die Liefermengen mit Hilfe modernster Computertechnik und ausgefeilter Dispositionsprogramme. Die Liefermengen werden ständig optimiert. Dabei werden die letzten Verkaufszahlen mit Vergangenheitswerten verglichen, gewichtet und mit einem Verkaufsreservezuschlag, zur Vermeidung von Ausverkäufen versehen. Auch das redaktionelle Angebot, geplante Werbemaßnahmen oder saisonale Einflüsse werden bei jeder Ausgabe berücksichtigt. Es steht Ihnen das Recht zu, die nicht verkauften Exemplare gegen Gutschrift zurückzugeben.

Das befreit Sie vom Absatzrisiko.



Neuerscheinungen:
aktuell, interessant, kundenorientiert

Besonders schwierig ist die Disposition bei Neueinführungen. Neue Titel sind in unser aller Interesse. Der Leser verlangt, neue Trends und aktuelle Themen im Presseangebot zu finden. Mit Neuerscheinungen werden Marktlücken geschlossen, neue Kunden gewonnen und zusätzliche Umsätze ermöglicht. Sprechen Sie mit uns, damit gemeinsam alle Verkaufschancen bei möglichst geringer Remission genutzt werden. Für die Neueinführung hat sich aus der Vertriebspraxis ein Einführungszeitraum von etwa einem Quartal als sinnvoll erwiesen. Geben Sie Ihren Kunden in dieser Zeit Gelegenheit, den neuen Titel kennenzulernen. Mit Neuerscheinungen bleibt Ihr Sortiment aktuell und kundenorientiert.

eck **JOST**
PRESSE-GROSSVERTRIEB

- 1) Beurteilung und Kontrolle des Sortiments vor Ort durch den Außendienst
- 2) Berücksichtigung individueller Vorstellungen
- 3) Sortimentsvergleich: Vergleich zur Vertriebslinie (=Geschäftsart) und Vergleich zum Umfeld (=Postleitzahlengebiet)
- 4) Überarbeitung des Sortiments

Zufriedene Händler mit einem maximalen Verkauf sind unser oberstes Ziel bei der Zusammenstellung des Sortiments



4. Optimale Präsentation Ihres Presseangebotes

Wer seinen Umsatz mit der Presse steigern möchte, lässt sein Regal durch uns optimieren. Jost unterstützt Sie bei der Regalgestaltung und bei der optimalen Belegung für Ihren Kundenkreis. Die gut verkäuflichen Titel erhalten mehr Raum, rücken stärker in den Blick und werden dadurch noch mehr gekauft.

Zielsetzung ist es, dem Stammkäufer eine **übersichtliche Warenpräsentation** zu gewährleisten sowie potenzielle Käufer durch **Abwechslung** und eine **lebendige Waren-Inszenierung** zu Impulskäufen anzuregen. Bis zu 33% zusätzliche Impulskäufe sind möglich.



4. Unser Service

- Beratung vor Ort zur Präsentationsverbesserung über unseren Außendienst
- Kostenlose individuelle Regalplanung (auf Kundensortiment abgestimmt: Titelanzahl, Mengen, etc.)
- Bestellabwicklung über uns möglich, somit kein Verwaltungsaufwand. Weitergabe von ausgehandelten Ladenbauer-Sonderrabatten, dadurch günstige Regalangebote. Fragen Sie nach aktuellen Sonderkonditionen!
- 0% Finanzierungsangebote
- Unterstützung bei Montage und Aufbau
- Unterstützung bei Warenumräumung in neue Regalsysteme
- Bereitstellung von Standard- Beschriftung

|



Impuls Ladenbau GmbH
Telefon: 02154 / 605 - 0
Fax: 02154 / 605 - 111
www.impuls-ladenbau.de



Panzer Shopconcept GmbH & Co KG
Telefon: 09682 / 188-0
Fax: 09682 / 188 299
www.panzer-ladenbau.de



Balke Shop-Design GmbH
Telefon: 03876/ 302 - 904
Fax: 03876/ 302 - 853
www.balke-shop-design.de



Werba Plast GmbH
Telefon: 09127/ 9030400
Telefax: 09127/ 9030411
www.werbaplast.com

4. Präsentation: Wichtige Grundregeln

Gestalten und Erleben!

Wichtige Elemente der Regalgestaltung

Vertikale Einheiten, keine langen Flächen sondern Abwechslung, lebendige Präsentation, Flexibilität durch modulares System, große Marken müssen in den Mittelpunkt gesetzt werden, denn Sie

- helfen bei der Orientierung
- lenken Käuferströme
- bringen zusätzliche Kaufimpulse.

Eine "lebendige Warenpräsentation" – klar, sachlich, sauber – ist mit jedem Regalsystem möglich



4. Präsentation: Wichtige Grundregeln

Ablageoptimierung

Durch den Einsatz auf die Warengruppen abgestimmter Ablagen wird eine lebendige

Präsentation unterstützt und mehr Fläche geschaffen. Bei der Ablageoptimierung müssen

neben der Sortimentsbreite die Mengen und Heftstärke berücksichtigt werden.



- **Optimale Regalausnutzung:** Durch Anpassung der Ablagetiefe werden unterschiedliche Exemplarstärken berücksichtigt. In Abhängigkeit der Titelanzahl können unterschiedliche Ablageeinheiten kombiniert werden.
- **Ordnung im Regal:** Für Titel mit Gimmicks (Produktbeigaben) und Titel mit Sonderformaten gibt es spezielle Warenträger, welche ein Herausfallen verhindern und somit ein ungestörtes Stöbern für Konsumenten gewährleisten.
- **Extra viel Platz:** Für den Bodenbereich gibt es neue innovative Lösungen mit zusätzlichem Nutzen im Stapelbereich. Außerdem wird hier überproportional an Flächen gewonnen, um die Titelveielfalt optimal zu präsentieren.
- **Frequenzbringer im Mittelpunkt:** Als eine der absatzstärksten Warengruppen sollten Tageszeitungen in speziellen Warenträgern in Griffhöhe positioniert werden. Auch große Marken müssen optimal in das Auge der Konsumenten gerückt werden, um Stammkäufer eine übersichtliche Warenpräsentation zu gewährleisten sowie potenzielle Käufer durch eine lebendige Waren-Inszenierung zu Impulskäufen anzuregen.



4. Präsentation: Wichtige Grundregeln

Beleuchtung – Ihre Kunden mögen es hell und freundlich!

Licht ist ein wichtiges Element in der Ladengestaltung.

Es macht die Ware gut sichtbar und gibt Ihrem Kunden Orientierung - unabhängig von der Tageszeit. Denn für angenehmes Einkaufen ist Licht am Tage genauso wichtig wie in der Nacht.

Mit der Deckenbeleuchtung wird der gesamte Pressebereich aufgehellt.

Am besten, Sie stimmen Warenpräsentation und Beleuchtung exakt aufeinander ab.

Wichtig: Die Ware muss gut ausgeleuchtet sein, nicht das Regal oder der Fußboden! Vermeiden Sie eine ungleichmäßige Ausleuchtung.



Gut: Gleichmäßige Beleuchtung, Halogenröhre im Regal integriert



Schlecht: Nur Umfeld-Beleuchtung, dunkle Regalflächen

Strukturieren!

männerlastige Produkte

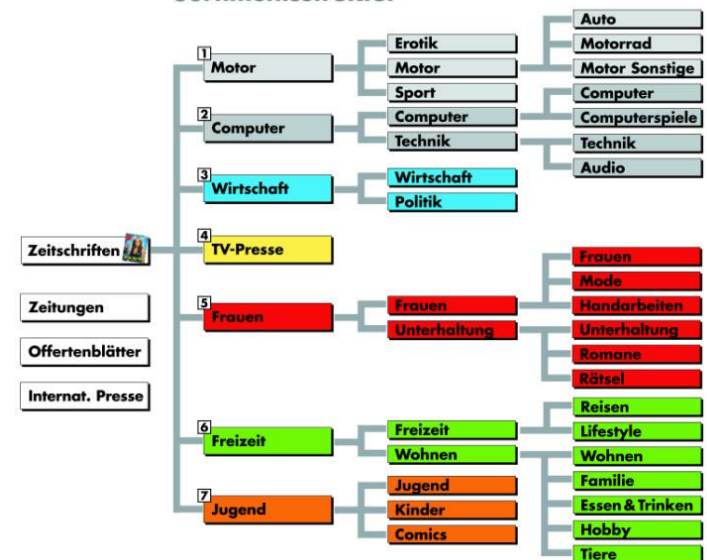
neutrale Bereiche als Übergang

**frauenorientierte
Produkte**



Auf Ihrem Lieferschein sind die Hauptbereiche aus Ihrem Presse-Regal angedruckt. seltenen Titeln!

Sortimentsstruktur



Unter www.presse-jost.de finden Sie Regalumbaubeispiele und Informationen zu aktuellen Regal-Sonderaktionen.

4. Präsentation: Wichtige Grundregeln

Orientierungshilfe – führen Sie Ihren Kunden
direkt zum Produkt



Fernwirkung und zugleich Werbung

Leuchtwerbung über dem Regal dient zur ersten Orientierung für den Konsumenten. Bekannte Markenlogos sind gelernte Muster und erleichtern somit den Einstieg in die einzelnen Warengruppen innerhalb des Pressesegments.

Durchgängiges Leitsystem

Beschriftung über dem Regal ermöglicht eine klare Orientierung, ohne von den Produkten abzulenken. Für die bessere Lesbarkeit sind Groß- und Kleinbuchstaben günstiger. Die Schrift sollte mindestens 6cm hoch sein.

Schriftzüge müssen sich vom Hintergrund klar abheben, nach Möglichkeit Schwarz auf Weiß.

Stammplätze für Leitmarken

Top Marken sind "Eye-Catcher" und können durch Platzhalter oder bei entsprechender Menge mit speziellen Stapelwareenträgern im Regal fixiert werden

"Einfaches Einkaufen" fördert Kaufzeit und Impulskäufe

5. Verkaufsförderung

Zusatzwarenräger: Tageszeitungen



Thekenbrücke

BILD (neues Modell)

Maße: 42,6 x 12,4 x 31 cm

Material: Drahtrahmen verchromt, Sicherheitsglas 5 mm,
Bodenplatte, Klappbügel zum Befüllen von hinten



5. Verkaufsförderung

Zusatzwareenträger: Werbemittel



5. Verkaufsförderung

Zusatzwareenträger: Romane, Rätsel und Comics

Umsatz auf kleinstem Raum!

Wir liefern unsere
Displays kostenlos!
040/68 28 95 34



Thekendisplay
16,5 cm breit - 13,3 cm tief
Best.-Nr.: 77784
Füllmenge:
14 Romane/Rätsel SB



Roman/Rätsel-Kassette
10 cm breit - 23,5 cm tief
Best.-Nr.: 77793
Füllmenge:
ca. 50 Romane/Rätsel

Drehgestell
für Romane und Rätsel
im kleinen Format
188 cm hoch - 48 cm Ø
Best.-Nr.: 77782
Füllmenge:
ca. 320 Romane/Rätsel



Wandhalter
für Romane und Rätsel
im kleinen Format
16 cm breit - 153 cm hoch
Best.-Nr.: 77781
Füllmenge:
ca. 80 Romane/Rätsel

MARTIN KELTER VERLAG
GmbH & Co. KG
Mühlenstieg 16-22
22041 Hamburg

Telefon: 040/68 28 95 - 0
Fax: 040/68 28 95 50
Internet: www.kelter.de
E-mail: info@kelter.de



Bodendisplay
Optimal für die Romaneinsentation auf der Bodenmatratze des Vordersitzes. regale.
Ermöglicht einen übersichtlichen Blick auf alle Titel.

Aufnahmevolumen: bis zu 35 Romane
Maße: 20 x 53 x 21 cm
Packnorm: 2 Stück / Karton
Artikelnummer: 01204-00



Große Romanensäule mit Fremdpäsentation
Kundenaufhängige Optik, elegantes Design, hochwertiger Standfuß, großes Fassungsvermögen – die optimale Lösung für eine platzsparende Präsentation in Ihrem Geschäft. Mit Möglichkeit der Fremdpäsentation für Objekte aus anderen Verlagen!

Aufnahmevolumen:
bis zu 360 Romane + 240 Fremdpäsentationen

Maße:
215 x 49 x 49 cm (Höhe x Breite x Tiefe)

Packnorm:
2 Pakete

Artikelnummer:
6509

Der Blickfang für jeden Verkaufsraum!



Albenkassette
Inhalt:
30 Asterix sortiert
15 Lucky Luke sortiert

Asterix
Lucky Luke

EHAPA –
Verkaufen mit System!



Ehapa-Verkaufs-kassetten

Verkaufsfördernd für ...

Disney
Taschenbuchkassette
Inhalt:
30 Walt Disneys Lustige Taschenbücher



LTB-Säule
von Hannecke

Verkaufsfördernd für: **Lustiges Taschenbuch**

Bestückung:
360 Lustige Taschenbücher
187 cm Höhe
48 cm Breite
48 cm Tiefe

EHAPA –
Verkaufen mit System!



Egmont
Kompakt-Verkaufsstand

Verkaufsfördernd für ...

Disney
Lustige Taschenbuch
Asterix
Lucky Luke
und weitere EHAPA-Erfolgsgenies

EHAPA –
Verkaufen mit System!

5. Verkaufsförderung

Innen- und Außenwerbung



“Hier gibt es Zeitungen und Zeitschriften”

Zeigen Sie Ihren Kunden, dass in Ihrem Geschäft Presseerzeugnisse gekauft werden können. Möglichkeiten gibt es viele und alle sind für Sie kostenlos! Die Firma Jost bzw. die Verlage stellen Ihnen für Außenwerbung sowie Innenwerbung z. B. Leuchtschilder, Fensterkleber usw. zur Verfügung.

Ihr Ansprechpartner:

Außenwerbung

Grauer Werbung

Tel: 08131/454 38-0

Fax: 08131/45438-20



Innenwerbung

HAW

Tel: 0451/87370-0

Fax: 0451/87370-20

www.HAW-Lübeck.de



Sprechen Sie auch mit unserem Außendienst, wenn Sie Vorschläge zur Verbesserung haben oder mit Ihrer Werbung nicht mehr zufrieden sind.

5. Verkaufsförderung

Verkaufspotentiale optimal nutzen - es ist sehr wichtig mit kreativen und aktiven Maßnahmen auf einzelne Titel und Titelgruppen besonders aufmerksam zu machen.

Wir haben einige Sonderplatzierungen für Sie getestet. Die Erfolgreichsten möchten wir Ihnen nun anbieten, um Ihre Titel am Point of Sale gezielt zu platzieren!

Wählen Sie unsere Tools aus: **NEU – INNOVATIV – AUFFÄLLIG**

- Regalschalen   
- Kassendisplay 
- Aktionsdisplay 
- Werbeflächen 
- Storechecks 



6. Telefonischer Nachlieferungsservice



Vorteile der Nachbestellung:

- sehr hohe Lieferfähigkeit
- bei Bestellung bis 19:00 Lieferung am nächsten Tag
- Bestellung rund um die Uhr möglich

Lieferfähigkeit

-85-90% der Titel am nächsten Tag lieferbar!

-Davon können 7% der Titel bei Bestellung aus Zwischenlagern in Offenbach und Stuttgart noch über Nacht geliefert werden das bedeutet, Sie erhalten die Ware am nächsten Tag.

-Bei 10% bemühen wir uns, die gewünschten Titel durch Nachbestellung beim Verlag oder durch Rückläufe zu erhalten.

Tipp: 24-Stunden – Nachbestellmöglichkeiten

Gebührenfreie Rufnummer: 0800/ 6938400

7. VMP-Grundlagen

Verkaufstägliche Marktbeobachtung am Point of Sale

Was ist VMP?

VMP ist das Sammeln und Verwerten aktueller Abverkaufsdaten durch das Scannen des EAN-Presscodes. Täglich werden die Daten des Kunden per Datenfernübertragung (DFÜ) zum Pressegroßhändler geschickt, aktualisiert und bearbeitet.

Ziel von VMP ist es, mit täglich gewonnenen Verkaufsdaten eine neue Qualität der Warenwirtschaft (Belieferung des Einzelhandels) zu erreichen.

Vorteile

- Mehr Umsatz
- Höhere Liquidität
- Bessere Regalauslastung
- Geringer Handlingsaufwand
- Weniger Remission
- Vermeiden von Ausverkäufen

Scannerkassenanbieter



Re Lo Tec

Telefon: 030 / 945 173 – 0
Telefax: 030 / 945 173 – 33
www.relotec-online.de



Schapfl OHG

Telefon: 09421/ 96 213 – 0
Telefax: 09421/ 96 213 – 50
www.schapfl.net

23

8. So lese ich meinen Lieferschein

ADRESSE
Verkaufsstelle

KD - Nr
1-18826

JOST GmbH & Co. KG
Schwanseestr. 85 81549 München

Service Center Mo - Fr 07:30 bis 16:00 Uhr
Tel: 089/69384-555 Fax: -550
Mail: kundenservice@presse-jost.de

Außendienst: Hr. Galluzzi Tel.: 089/69384-230
Mail: Juergen.Galluzzi@Presse-Jost.de

Kostenloser Nachbestellservice
Tel: 0800/6938400; Mail: nachbestellung@presse-jost.de

Anzahl Blätter
1

65250

Ladentüre

Paketschein 1

Dienstag, 19.02.2019 **Blatt 1 von 1, 0 Vollpakete**

Ex	Titel	ObNr	Enr	ges.	Ex	P-Rest	USK	Warengruppe	VS	EKP	VKP	MwSt
5	Bild Di	102	8	5				Zeitungen			0,90	7,0
6	Bild City Di	6001	8	6				Zeitungen			0,90	7,0
13	TZ Di	191	8	13				Zeitungen			1,00	7,0
6	Abendzeitung Di	212	8	6				Zeitungen			1,00	7,0
8	SZ City Di	21001	8	8				Zeitungen	SF		3,00	7,0
1	Plakat BILD Dienstag	5514	8	1				Intern				

39 Exemplare in diesem Paket
Bitte beachten Sie die Altersbeschränkung bei Datenträgern.(FSK/USK)

VKP

7,00 % 52,90 €

Remissionsaufruf Rhflg 44

Enr	Remi	Titel
8		101 - Bild Mo
8		6000 - Bild City Mo
8		190 - TZ Mo
8		211 - Abendzeitung Mo
8		21000 - SZ City Mo
XXX		keine Remission nötig

Lieferungen

Retouren

Lieferscheinprüfung:

Stimmt Ihre

Adresse?

Kundennummer?

Stimmen die Mengen?

Bei Lieferdifferenzen oder
Fragen bitte sofort anrufen!

Hier legt unser Fahrer die
Lieferung ab

Hier können Sie die
Remissionsmengen
für Kontrollzwecke eintragen

8. So lese ich meinen Nachlieferungsschein



Der Nachlieferungsschein liegt der Ware als Lieferschein bei und Sie erkennen ihn hier.

IHRE ADRESSE
Kunden-Nummer:
1-08330
Nachlieferungsschein

JOST GmbH & Co. KG München 089/69384-0
Kundendienst Fr. Kauth Tel. 089/69384-217, Fax: 089/69384-201
E-Mail: claudia.kauth@presse-jost.de
Vertreter Hr. Schilling, Tel. 089/69384 237, 7 Uhr 30 bis 16 Uhr 00
E-Mail: peter.schilling@presse-jost.de

1417044 vom 07.11.2008, Freitag, Blatt 1 von 1

08.23 von mschmidbauer

Lag. PL.	Menge	Objekt	Oberr.	Ausgabe	Gesamtmenge	OG	FSK USK	M W	VKP-Preis
5	5	TV Movie	16	2008/0023	5	TV 1-täg.			1,50
B607	2	Computer Bild Spiele GOLD	3770	2008/0012	2	PC-Spiele	16		4,99
BAND	10	Monatsprogramm	3090	2008/0011	10	Lifestyle			1,65
F559	2	Time USA	1975	2008/0046	2	Internat.			4,20
H652	2	Natur & Heilen	2670	2008/0011	2	Wissen			3,90

Bei Besonderheiten erhalten Sie jeweils eine kurze Information. (weitere Informationstexte finden Sie auf den nächsten Seiten)

PARTIE - LIEFERUNG

Die Partie-Lieferung findet nur bei Kunden mit Scannerkassen Anwendung. Der Kunde erhält dabei eine gekürzte Hauptlieferung und je nach Abverkauf zwei automatische Nachlieferungen. Die Gesamtliefermenge steht von Anfang an fest.

WARE WIRD ABGEHOLT

D. h. der Kunde holt sich seine Nachbestellung bei uns ab.

OHNE REMISSIONSRECHT

D. h. der Kunde hat kein Remissionsrecht (Rückgaberecht), es liegt ein sog. „Festbezug“ bei diesem Objekt vor. Das trifft auch bei Titeln mit alten Erscheinungsnummern zu, bei denen die Remissionsfrist bereits abgelaufen ist.

BESTELLUNG VORGEMERKT

Die Ware ist im Moment bei uns nicht vorrätig, aber bereits bestellt. Sie wird Ihnen automatisch nachgeliefert, sobald sie bei uns eingegangen ist.

EILIGST BESTELT

Auch hier ist die Ware im Moment bei uns nicht vorrätig, sie wird aber aus bestimmten Zwischenlagern noch über Nacht geliefert, d. h. Sie erhalten Ihre Bestellung am nächsten Tag.

NICHT MEHR LIEFERBAR

D. h. die Ware ist bei uns nicht mehr auf Lager und auch vom Verlag nicht mehr erhältlich.

NACHBELASTUNG FÜR LIEFERUNG

Sie erhalten einen nachträglichen Beleg über die Berechnung der Lieferung. Die Lieferung haben Sie bereits erhalten.

NOCH NICHT ERSCHIENEN

D. h. der Titel ist auf dem Markt noch nicht erhältlich.

SCHON GELIEFERT

Die Ware wurde Ihnen schon geliefert, hier erhalten Sie lediglich einen Beleg über die nachträgliche Belastung.

8. So lese ich meine Wochenrechnung



Einzelrechnung je Verkaufsstelle

- Leistungszeitraum: Mo – Sa
- Rechnungsdatum: immer Samstags
- Rechnungsversand: Mo (Folgewoche)
- Fälligkeit: nächster Do nach Versand

Rechnungsaufbau:

- Summen getrennt nach
 - Lieferungen laut Anlage L
 - Remissionen laut Anlage R
 - Gutschriften/Belastungen laut Anlage G

- Summen-Spalten
 - Menge = Exemplare
 - VKP Euro brutto = Verkaufspreise
 - AGP Euro netto = Abgabepreise (Einkaufspreise)

- zzgl. MwSt

- Rechnungsbetrag

- Gutschriften ohne MwSt (Gutscheine)

- Zu zahlender Betrag

Rechnung
für Lieferungen vom 17.02.2019 bis 23.02.2019
Rechnungs- Leistungsempfänger
JOST GmbH & Co. KG - Schwandseestr. 85 - 81549 München

Rechnungsempfänger
ADRESSE

Lieferadresse

Bei Fragen zur Aufstellung: 1-10
Tel: 089/69384-555 Fax: -550
Mail: kundenservice@presse-jost.de

Fahrfolge: 68 500
Kundennr.: 1-01555

GLN:
Ihre St-Nr.: 130/727156
Ihre Ust-ID.:
Rechnungs-Nr.: 4164341
Rechnungsdatum: 23.02.2019
Woche: 8

	nur für nachrichtliche Zwecke					
	Menge in Expl.	VKP (EUR) inkl. 19%	VKP(EUR) inkl. 7%	VKP(EUR) gesamt	AGP(Eur) 19%	AGP(Eur) 7%
Lieferungen lt. Anlage L	288		505,00	505,00		387,19
Remissionen lt. Anlage R	-115		-212,40	-212,40		-162,82
Gutschr./Belastungen lt. Anlage G						
Summe	173		292,60	274,30		224,37
zzgl. MwSt.						15,71
Rechnungsbetrag 7 %						240,08
Gutschriften/Belastungen ohne MwSt. lt. Anlage O						-18,30
zu zahlender Betrag (in EUR)						221,78

wird umgebucht auf Zentral-Nr.: 1-19360, von der Zentrale zahlbar bis 28.02.2019

8. Anlagen zur Wochenrechnung

Anlagen zur Rechnung



JOST GmbH & Co. KG - Schwanseestr. 85 - 81549 München
Anlage zur Rechnung 4164341 vom: 23.02.2019

Lieferadresse

Kopie

Fahrfolge: 68 500
Kundennr.: 1-01555
Seite: 1

Lieferungen Woche 8, Anlage L

Aufstellung Lieferbelege

Menge	Objektname	Objekt-nummer	Ausg-Nr.	VKP (Eur)	AGP (Eur)	AGP(Eur) gesamt	MwSt
Paketschein 1 vom 17.02.2019							
13	Bild am Sonntag EH	140	2019/0007	2,10	1,5897	20,67	7
3	Welt am Sonntag EH	145	2019/0007	4,60	3,4822	10,45	7
8	FAZ am Sonntag EH Stadt	304	2019/0007	4,40	3,3592	26,87	7
24	Summe Lieferschein 1 vom 17.02.2019			76,30		57,99	7
Paketschein 1 vom 18.02.2019							
10	Bild Mo	101	2019/0008	0,90	0,6871	6,87	7
2	Bild City Mo	6000	2019/0008	0,90	0,6871	2,06	7
9	TZ Mo	193	2019/0008	1,00	0,7634	5,34	7
3	Münchner Merkur Mo	163	2019/0008	2,10	1,6192	4,86	7
4	Abendzeitung Mo	180	2019/0008	1,00	0,7634	3,05	7
9	SZ Süd Mo	21020	2019/0008	3,00	2,3131	20,82	7
5994	Summe Lieferschein 1 vom 18.02.2019	5994	2019/0008	0,00	0,0000	0,00	7
57	Summe Lieferschein 1 vom 18.02.2019			56,00		43,00	7
Paketschein 1 vom 19.02.2019							
13	Bild Di	102	2019/0008	0,90	0,6871	8,93	7
6	Bild City Di	6001	2019/0008	0,90	0,6871	4,12	7
7	TZ Di	191	2019/0008	1,00	0,7634	5,34	7
3	Münchner Merkur Di	161	2019/0008	2,10	1,6192	4,86	7
4	Abendzeitung Di	212	2019/0008	1,00	0,7634	3,05	7
9	SZ Süd Di	21021	2019/0008	3,00	2,3131	20,82	7
5514	Summe Lieferschein 1 vom 19.02.2019	5514	2019/0008	0,00	0,0000	0,00	7
45	Summe Lieferschein 1 vom 19.02.2019			61,40		47,12	7
Paketschein 1 vom 20.02.2019							
8	Bild Mi	103	2019/0008	0,90	0,6871	5,50	7
2	Bild City Mi	6002	2019/0008	0,90	0,6871	3,44	7
9	TZ Mi	192	2019/0008	1,00	0,7634	6,87	7
3	Münchner Merkur Mi	162	2019/0008	2,10	1,6192	4,86	7
4	Abendzeitung Mi	213	2019/0008	1,00	0,7634	3,82	7
6	SZ Süd Mi	21022	2019/0008	3,00	2,3131	13,88	7
1	Plakat BILD Mittwoch	5515	2019/0008	0,00	0,0000	0,00	7
50	Summe Lieferschein 1 vom 20.02.2019			50,00		38,37	7
Paketschein 1 vom 21.02.2019							
10	Bild Do	104	2019/0008	0,90	0,6871	6,18	7
2	Bild City Do	6003	2019/0008	0,90	0,6871	2,75	7
9	TZ Do	193	2019/0008	1,00	0,7634	5,34	7
3	Münchner Merkur Do	163	2019/0008	1,00	0,7634	3,82	7
4	Abendzeitung Do	187	2019/0008	2,10	1,6192	4,86	7
6	SZ Süd Do	214	2019/0008	1,00	0,7634	1,53	7
8	SZ Süd Do	21023	2019/0008	3,00	2,3131	18,50	7
5516	Summe Lieferschein 1 vom 21.02.2019	5516	2019/0008	0,00	0,0000	0,00	7
59	Summe Lieferschein 1 vom 21.02.2019			56,00		42,98	7
Paketschein 1 vom 22.02.2019							
10	Bild Fr	105	2019/0008	0,90	0,6871	6,87	7
2	Bild City Fr	6004	2019/0008	0,90	0,6871	2,75	7
9	TZ Fr	194	2019/0008	1,00	0,7634	5,34	7
3	Münchner Merkur Fr	164	2019/0008	2,10	1,6192	4,86	7
4	Abendzeitung Fr	215	2019/0008	1,00	0,7634	3,05	7
9	SZ Süd Fr	21024	2019/0008	3,00	2,3131	20,82	7
5517	Summe Lieferschein 1 vom 22.02.2019	5517	2019/0008	0,00	0,0000	0,00	7
59	Summe Lieferschein 1 vom 22.02.2019			61,40		47,12	7

Die Anlage L enthält: Lieferung und Nachlieferung der gesamten Woche, nach Tagen getrennt.

Die Anlagen schlüsseln die einzelnen Positionen der Wochenrechnung detailliert, nach Datum geordnet auf.

Zu den Lieferscheinen und Nachlieferungen (sowie zu den Remissionen und Gutschriften, die auf den nächsten Seiten folgen) sind die Verkaufs- und Einkaufspreise und die Tagessummen, jeweils nach Mwst-Satz getrennt aufgelistet.

JOST GmbH & Co. KG - Schwanseestr. 85 - 81549 München
Anlage zur Rechnung 4164341 vom: 23.02.2019

Lieferadresse

Kopie

Fahrfolge: 68 500
Kundennr.: 1-01555
Seite: 2

Remissionen, Anlage R

Aufstellung Retourenverarbeitungen

Menge	Objektname	Objekt-nummer	Ausg.Nr.	VKP (Eur)	AGP (Eur)	AGP(Eur) gesamt	MWSt Info	VKP(Eur) gesamt
verarbeitete Remissionen vom 18.02.2019								
Remiauftrag auf Paketschein 1 vom 15.02.2019								
2	Bild Do	104	2019/0007	0,90	0,6871	-1,37	7	-1,80
2	Bild City Do	6003	2019/0007	0,90	0,6871	-1,37	7	-1,80
2	TZ Do	193	2019/0007	1,00	0,7634	-1,53	7	-2,00
2	Münchner Merkur Do	163	2019/0007	2,10	1,6192	-3,24	7	-4,20
2	Abendzeitung Do	214	2019/0007	1,00	0,7634	-1,53	7	-2,00
3	SZ Süd Do	21023	2019/0007	3,00	2,3131	-6,94	7	-9,00
13								
13	Tagessumme verarbeitete Remissionen vom 18.02.2019					-15,98	7	-20,80
verarbeitete Remissionen vom 19.02.2019								
Remiauftrag auf Paketschein 1 vom 16.02.2019								
1	Bild Fr	105	2019/0007	0,90	0,6871	-0,69	7	-0,90
1	Bild City Fr	6004	2019/0007	0,90	0,6871	-0,69	7	-0,90
3	TZ Fr	194	2019/0007	1,00	0,7634	-2,29	7	-3,00
2	Münchner Merkur Fr	164	2019/0007	2,10	1,6192	-3,24	7	-4,20
6	Abendzeitung Fr	215	2019/0007	1,00	0,7634	-4,58	7	-6,00
2	SZ Süd Fr	21024	2019/0007	3,30	2,5444	-5,09	7	-6,80
15								
Remiauftrag auf Paketschein 1 vom 18.02.2019								
7	Bild Sa	106	2019/0007	0,90	0,6871	-4,81	7	-6,30
1	Bild City Sa	6005	2019/0007	0,90	0,6871	-0,69	7	-0,90
5	TZ We	205	2019/0007	1,20	0,9160	-4,58	7	-6,00
4	Münchner Merkur We	171	2019/0007	2,30	1,7734	-7,09	7	-9,20
4	Abendzeitung We	227	2019/0007	1,20	0,9160	-3,66	7	-4,80
8	SZ Süd We	21025	2019/0007	3,70	2,8528	-22,82	7	-29,60
29								
Remissionen Woche 8 Montan								

Gutschriften/Belastungen ohne MWSt, Anlage O

Menge	Objektname	Einzelpreis	Betrag
19.02.2019 Gutscheine			
1	SZ Freitag Gutscheine	zu 3,30	-3,30
5	SZ Mo - Do Gutscheine	zu 3,00	-15,00
* Tagessumme:			-18,30
** Summe gesamt:			-18,30

8. Remission schafft Platz

Für die optimale Bestückung Ihrer Präsentationsflächen mit Presse, ist die pünktliche Remission unverkaufter Exemplare für Sie außerordentlich wichtig.

Vor allem am Wochenanfang ("Spiegel-Tag") brauchen Sie genügend Platz im Regal für die neugelieferten Zeitungen und Zeitschriften. Dieser Platz ist für Sie bares Geld! Jede Zeitschrift, die sich zu lange im Regal befindet, nimmt den aktuellen Ausgaben den Platz und behindert so den Verkauf. Speziell der Samstag hat deshalb besonderes Gewicht in der Remissionsbearbeitung: Wenn Sie Ihren Montagsremissionsschein, den Sie am Samstag bekommen, am gleichen Tag packen, kann unser Fahrer die Ware Montag morgen mitnehmen und Sie haben wieder Platz für die neugelieferte Ware.

Der Vorteil für Sie: Ein übersichtliches Sortiment und optimaler Verkauf.

Sollten Sie Probleme mit der Remissionsbereitstellung haben, sprechen Sie mit Ihrem Außendienstpartner - fast alle Probleme lassen sich gemeinsam lösen.

Nachfolgend finden Sie eine Übersicht, in der die Terminierung von Lieferscheinen und Abholung der Ware erläutert ist.

8. Rückgabe von Remissionen

1. Jedes Remi-Paket muss entweder

- fest geschnürt oder
- ein geschlossener Karton sein

2. Bitte **jedes** Paket **außen**

mit Paket-Begleitschein versehen.

3. Gesamtpaketanzahl eintragen:

- Bitte tragen Sie unbedingt die Anzahl der gesamten Pakete ein.

4. Rücksendung Gutscheine in Kuvert

zusammen mit Remi-Paket. –

Bitte unbedingt auf Begleitschein ankreuzen

WICHTIG!

Verpacken Sie Ihre Remission nach Remissionstagen getrennt!

JOST GmbH & Co. KG
Schwanseestr. 85, 81549 München



Ihre KD-Nr / NAME

Bitte unbedingt kontrollieren

65

570

Remissionsbegleitschein

DO1

KW 35 / Mittwoch 30.08.2017

Abholung von Mi auf Do, 31.08.2017

Gesamtanzahl
Remi Pakete



In diesem Paket befinden sich Gutscheine



In diesem Paket befinden sich Sammelbilder

Achtung:
Remissionsbegleitschein nur
für Abholtag verwenden.

Bitte unbedingt jedem Remi-Paket einen Remissionsbegleitschein beilegen

Ausgabe Ihrer täglichen Remissionsscheine und Abholung der Ware

Die Remissionsscheine erhalten Sie jeweils mit Ihrer Lieferung.

Ablauf der Remissionswoche:

Eine Remissionswoche wird vom Freitag bis zum darauffolgenden Donnerstag abgerechnet, d. h. auf der Wochenrechnung finden Sie die Gutschriften Ihrer Remission der Vorwoche beginnend am Freitag bis einschließlich Donnerstag.

Eine ordnungsgemäße Kundenzuordnung ist nur dann möglich, wenn jede Abholverkaufsstelle seine Pakete ordnungsgemäß beschriftet.

Nicht beschriftete Pakete verzögern auch Ihre Gutschrift



8. Servicere mission

Die angebotene Service-Remission soll dazu beitragen, Ihnen Personalaufwand in der Presseabteilung zu reduzieren. Sie entlastet bei den Tätigkeiten der Remissionsarbeit d.h. Sortieren, Zählen und Registrieren von Rückläufen.

Vorteile der Servicere mission

weniger Personalaufwand beim Durchführen der Remission

Vereinfachte Kontrolle der Wochenrechnung

Kontrollmöglichkeiten durch Stichproben

Rechenbeispiel zur Kostenersparnis

Zeitersparnis: 1 Std. bei 200 Rem. Expl./ Woche

Kostenersparnis: EUR 650,-- bei 52 Wochen à EUR 12,50/Stunde

Wochenumsatz (Kasse): EUR 760,--

Kostenersparnis: 1,6 % vom Umsatz

Ablauf

- Verpacken der Remissionsware in einen abgeschlossenen Karton oder gut verschnürt
- die Stückzahlen der einzelnen Titel müssen **nicht** mehr auf dem Remissionsschein eingetragen werden
- Kennzeichnung jedes Paketes mit dem Paketbelegschein
- Eintragen von Paketanzahl und Einholdatum
- Abholung und Kontrolle durch den Spediteur
- Erfassung jeder einzelnen Zeitung/Zeitschrift über moderne Scannererfassung im Grosso
- Möglichkeit der sofortigen Verarbeitungskontrolle und Nachbearbeitung

8. Service-Remissionsschein

Falls Sie Serviceremission machen, haben Sie die Möglichkeit auf dem Remissionsschein für Ihre Kontrolle die Gesamtpaketanzahl, sowie die einzelne Paketnummer anzugeben.

Die Gesamtanzahl der verarbeiteten Pakete wird auch auf der Wochenrechnung für Sie zur Kontrolle angedruckt.

JOST GmbH & Co. KG München		Kundendienst Fr. Kauth, Tel. 089/69384-217	
Remissionsschein		AD Hr. Schillinger, Tel. 089/69384 237, 7 Uhr 30 bis 16 Uhr 00	
KD: 1-08330	M M 00000000	11	Blatt 1 von 17
HFF: 72 - 620	MM MM 00 00	1111	
Freitag	M M M M 00 00	11 11	ZU IHREN
07.11.2008 / 45	M MM M 00 00	11	UNTERLAGEN
	M M 00 00	11	
	M M 00 00	11	
	M M 00000000	111111	

IHRE ADRESSE

REMISCHEIN
 Abholung von SO auf MO, 10.11.2008

GENR	Ausgabe	Remi	Frist	Expl	Titel	Preis	EUR	GB/GR
** Paketnummer bitte fuer Ihre Kontrollzwecke hier eintragen								
von: ***** SERVICE ***** SERVICE ***** SERVICE ***** SERVICE								
bis: ***** Kein Eintrag der Stueckzahlen erforderlich *****								
Tageszeitungen Donnerstag								
5581	08/0045	SS			Abendzeitung Do Ost	0,60	Kaufz.Reg.	
6058	08/0045	SS			B.Z. Donnerstag	0,60	Kaufz.Reg.	
6906	08/0045	SS			Bectn Kyr Do Yugo	1,50	Fremdspr.Z	
104	08/0045	SS			Bild Do	0,60	Kaufz.Reg.	
5623	08/0045	SS			Corriere Sera Do Ital	2,00	Fremdspr.Z	
7760	08/0045	SS			Die Tagesztg. Do	1,40	Aboz.Reg+	
5536	08/0045	SS			El Pais Do Span.	2,10	Fremdspr.Z	
6846	08/0045	SS			Financial Times Do GB	3,20	Intern.Ztg	
7123	08/0045	SS			Financial Times Deutsch Do	1,90	Aboz.Reg+	
283	08/0045	SS			Fr. Allgemeine Do	1,70	Aboz.Reg+	
448	08/0045	SS			Frankf.Rund. Do	1,50	Aboz.Reg+	
5630	08/0045	SS			Gazzetta Sport Do Ital	1,85	Fremdspr.Z	
6224	08/0045	SS			Handelsblatt Do*	1,90	Aboz.Reg+	
7003	08/0045	SS			Herald Tribune Do	2,50	Intern.Ztg	
473	08/0045	SS			Hürriyet Do	1,00	Fremdspr.Z	
6071	08/0045	SS			Kronen Zeitung Do	1,40	Intern.Ztg	
6078	08/0045	SS			Kurier Do	1,40	Intern.Ztg	
7704	08/0045	SS			Le Monde Do	2,00	Intern.Ztg	
163	08/0045	SS			Münch.Merkur Do	1,30	Aboz.Reg	
7010	08/0045	SS			Neue Zürcher Zeitung Do	2,40	Intern.Ztg	
6893	08/0045	SS			Repubblica Do Ital.	2,00	Fremdspr.Z	
6976	08/0045	SS			Sabah Do	1,00	Fremdspr.Z	
5567	08/0045	SS			Slobodna Dal. Do Kroa.	1,50	Fremdspr.Z	
1972	08/0045	SS			Sportske Nov. Mi Kroa.	1,50	Fremdspr.Z	
6232	08/0045	SS			Süddt.Ztg. Do Ost	1,70	Aboz.Reg	
1835	08/0045	SS			The Guardian Do GB	3,00	Fremdspr.Z	
193	08/0045	SS			TZ Do	0,50	Kaufz.Reg.	
7783	08/0045	SS			USA Today Do	2,00	Intern.Ztg	
5524	08/0045	SS			Vecernji List Do Kroa.	1,50	Fremdspr.Z	
7746	08/0045	SS			Vesti Latein Do Yugo	1,50	Fremdspr.Z	
128	08/0045	SS			Welt Do	1,60	Aboz.Reg+	
157	08/0045	SS			Welt kompakt Donnerstag	0,70	Kaufz.Reg+	

8. Jost aktuell

Information für den Einzelhandel



Folgende Rubriken informieren Sie wöchentlich über das aktuelle Geschehen im Presse-Markt:

- Preisänderungen
- Neue Titel
- Titel-Info
- Werbung
- Vertriebsbeschränkt
- Einstellungen

Jost aktuell Informationen für den Einzelhandel									
Ausgabe-Nr. 46 vom 07. November 2008									
Preisänderungen:									
Titel	EVT	E-Nr.	Vdz	Erscheinungs- weise	VKP alt	VKP neu	MwSt %	Spanne %	EKP neu
Freizeit Total	04.11.08	20080012	79229	monatlich	0,49	0,47	7	18,32	0,3588
Grazia Casa Ital.	08.11.08	20080011	75343	monatlich	5,50	5,70	7	20,24	4,2489
Marie Claire GB	08.11.08	20080012	56399	monatlich	6,95	10,00	7	20,24	7,4542
Countrry Homes GB	08.11.08	20080012	56381	monatlich	10,80	10,95	7	20,24	8,1624
Micky Maus	10.11.08	20080046	85500	wöchentl.	3,20	2,30	7	18,31	1,7560
Disneys einfach tierisch	11.11.08	20080012	59917	monatlich	2,95	2,50	7	20,24	1,8636
Landser Großband	11.11.08	20081245	91240	14-täglich	2,90	1,95	7	20,24	1,4536
Sissi	11.11.08	20080013	64959	monatlich	3,50	2,95	7	20,24	2,1990
Starnberger See Magazin	11.11.08	20080003		jährlich	4,50	3,80	7	20,24	2,8326
Videofilmen	11.11.08	20090001	86102	2-monatl.	5,90	6,90	7	20,24	5,1434
DI's Dance Mag	12.11.08	20080006	77438	2-monatl.	3,95	2,99	7	20,24	2,2288
Pumuckl Magazin	12.11.08	20080012	48949	monatlich	2,80	2,60	7	20,24	1,9381
Rente 500 Fragen Lenz Kompakt	12.11.08	20090001	61666	unregelm.	3,95	4,95	7	20,24	3,6896
Bussi Bär	13.11.08	20080012	91222	monatlich	2,70	2,99	7	19,56	2,2478
Elle Französisch Frz.	13.11.08	20083280	56162	wöchentl.	5,00	4,20	7	18,31	3,2065
SpongeBob	13.11.08	20080013	62126	monatlich	2,99	2,70	7	20,24	2,0126
Winnie Puuh Sonderheft	13.11.08	20080006	59657	2-monatl.	3,50	3,20	7	20,24	2,3853
Wohlfühlmaschinen Lea SH	13.11.08	20080597	76230	unregelm.	2,90	4,40	7	20,24	3,2799
Astro Privat Sonderheft	14.11.08	20090001	75194	2-monatl.	3,50	4,10	7	20,24	3,0562
Orkus	14.11.08	20090001	42655	monatlich	4,95	5,95	7	20,24	4,4353
Parfum Edition	14.11.08	20090001	40857	jährlich	4,90	5,00	7	20,24	3,7271
Zillo	14.11.08	20090001	10483	monatlich	5,40	6,60	7	20,24	4,9198
Motorreta Test Katalog	15.11.08	20080011	61424	halbjährl.	4,95	6,95	7	20,24	5,1807
Tattoo Energy	15.11.08	20080056	50577	2-monatl.	7,00	6,00	7	20,24	4,4725
Neue Titel:									
Titel	EVT	E-Nr.	Vdz	Erscheinungs- weise	Bereich	VKP Euro	MwSt %	Spanne %	EKP Euro
Svet Zvezda (Serb)	03.11.08	20080001	79438	monatlich	Illu	2,50	7	20,24	1,8636
Svet Zvezda unterhält die serbischen Leser monatlich mit den wichtigsten Neuigkeiten aus dem Leben der Stars und Sternchen.									
Wir Das SZ-Familienmagazin	05.11.08	20080001	79471	jährlich	Frei	3,50	7	20,24	2,6090
"Wir" ist ein Magazin für junge Eltern. Es geht um ein Leben zwischen Individualität und Gemeinschaft, Kindern und Karriere, Konsum und Verzicht.									

9. Informationstexte

Wörterbuch des Pressevertriebs

Angebotszeitraum

Der Zeitraum, in dem eine bestimmte Nummer eines Presseerzeugnisses beim Einzelhandel verfügbar sein sollte. Bei Zeitungen ist es meistens ein Tag, bei periodisch erscheinenden Zeitschriften eine Woche, vierzehn Tage, ein Monat oder länger. Bei periodischen Zeitschriften wird der Angebotszeitraum durch das Erscheinen der nächsten Nummer beendet.

Bei *Sonderheften* kann der Angebotszeitraum über ein Jahr ausgedehnt werden. Er endet mit dem Aufruf zur Remission (*Remissionsaufruf*).

Bezug

Die Menge von Exemplaren eines Presseerzeugnisses, welche vom Großhandel an den Einzelhandel geliefert wird. Der Bezug wird auch als *Kontinuation* bezeichnet.

Copypreis

Einzelverkaufspreis einer Zeitung oder Zeitschrift

EAN-Code (EAN = Internationale Artikelnummer)

Balkencode auf Produkten, der über ein Lesegerät (Scanner) maschinell gelesen werden kann. In ihm ist bei Presse u.a. auch der Preis verschlüsselt.

EHA STRA

Abkürzung für Einzelhandelsstrukturanalyse; die komplexe Struktur des Zeitungs- und Zeitschrifteneinzelhandels wird in Deutschland regelmäßig in einer Vollerhebung erfasst und analysiert. Sie ist untergliedert in:

- allgemeine Informationen über Art und Umfang der Geschäftsverbindung zwischen den *Grossisten* und dem Einzelhandel
- beschreibende Merkmale der Angebotsstellen.

Erscheinungsweise

Zeitlicher Rhythmus (z.B. täglich, wöchentlich, 14tägig), in dem ein Presseerzeugnis auf den Markt kommt.

EVT

(Abkürzung für **Erstverkaufstag**)

Vom Verlag festgelegter Verkaufsbeginn einer Zeitung oder Zeitschrift. Er muss in jedem Fall strikt eingehalten werden.

Fehlmeldung

Benachrichtigung des Lieferanten über das Fehlen der ganzen Sendung oder einzelner Bestandteile. Je nach dem Umfang der Fehlmenge und dem Zeitpunkt des Eintreffens der Meldung wird entweder Ersatz geliefert oder Gutschrift für die nicht gelieferten Exemplare erteilt.

9. Informationstexte

Wörterbuch des Pressevertriebs



Festabnahme

Artikel aus dem *Zusatzsortiment*, bei denen der Einzelhandel *kein Remissionsrecht* hat.

Frühremission

Exemplare eines Presseerzeugnisses, die vor Ablauf des vom Verlag vorgegebenen *Angebotszeitraumes* vom Einzelhandel zurückgegeben werden.

Grossist, Grosso

Pressegrosso (Großhandel)

Jugendschutzgesetz (JsG)

Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften und Trägermedien (CD, CD-Rom, DVD, Video), das dem Schutz der Jugend vor jugendgefährdenden Schriften dienen soll. Das Gesetz beschränkt die Verkaufs-, Angebots- und Werbemöglichkeiten für Publikationen, die entweder - offensichtlich schwer jugendgefährdend sind oder - von der "Bundesprüfstelle jugendgefährdender Schriften" in der Liste der jugendgefährdenden Schriften indiziert wurden. Die Bundesprüfstelle wird nur auf Antrag tätig. Die Fähigkeit zur Einschätzung "offensichtlich schwer jugendgefährdend" erwartet der Gesetzgeber von den im Pressehandel Tätigen.

Kommissionierung

Das Zusammenstellen und Verpacken der Lieferungen des *Presse-Grosso* für den Einzelhandel.

Konti(nuation)

Bezug

Kundennummer

Fünfstellige Zahl, die zur rationellen Bearbeitung (EDV) den einzelnen Kunden zugeordnet wird.

Mehrfachauslieferung (Wiederauslieferung)

Wiederholte Auslieferung eines Presseerzeugnisses mit längerem Angebotszeitraum aus der Remission, die entweder verfrüht an den Großhändler zurückgegeben wurde oder vom Verlag bei hoher Verkäuflichkeit nach erfolgter Remissionseinholung noch einmal ausgeliefert wird.

Nachlieferung

Zeitschriften- oder Zeitungslieferung, die nach Abschluss der Auslieferung, aber noch während des Angebotszeitraumes erfolgt, um unvorhergesehenen Mehrbedarf zu befriedigen.

9. Informationstexte

Wörterbuch des Pressevertriebs

Objekt

Druckerzeugnis im Pressevertrieb, z.B. "Der Spiegel" ist ein Objekt.

Partwork

Ein auf eine begrenzte Anzahl von Folgen festgelegtes Sammelwerk, dessen einzelne Bestandteile als periodische Zeitschriften erscheinen und zu ein- oder mehrbändigen, zumeist enzyklopädischen Werken in Sammelmappen zusammengestellt werden können.

Preisbindung

Vertragliche Verpflichtung der Abnehmer, beim Wiederverkauf einen bestimmten Preis beizubehalten, der vom Verlag festgesetzt wird.

RCR

Abkürzung für Romane, Comics, Rätsel.

Regalmeter

Maßeinheit für die zur Präsentation einer Ware oder Warengruppe zur Verfügung stehende Regalfläche in einem Ladengeschäft. Bei einem Regal mit fünf Borden umfaßt ein Regalmeter fünf Bordmeter.

Remission

Unverkaufte Presseerzeugnisse, die vom Handel an die vorgelagerte Handelsstufe zur Gutschrift zurückgegeben werden. Die Rückgabe der Remission vom Einzelhandel zum Großhandel erfolgt nach Aufruf, sortiert nach Ausgaben und Titel.

Remissionsaufruf

Aufforderung des Großhandels an den Einzelhandel zur Rückgabe unverkaufter Exemplare eines bestimmten Presseerzeugnisses. Der Remissionsaufruf beendet den Angebotszeitraum, schließt aber eine Wiederauslieferung desselben Objektes nicht unbedingt aus.

Remissionsrecht

Das Recht einer Handelsstufe, unverkauft gebliebene Exemplare eines Presseerzeugnisses nach Ablauf der Angebotszeit gegen volle Wiedererstattung des Einkaufspreises an die vorgelagerte Handelsstufe (z.B. Einzelhandel an Großhandel) zurückzugeben.

9. Informationstexte

Wörterbuch des Pressevertriebs



Remissionsschein

Weitgehend standardisiertes Warenbegleitpapier für Remissionssendungen (--> *Remission*).

Remittende

Ein einzelnes Remissionsexemplar.

Sonderhefte

Außerhalb der üblichen regelmäßigen Rhythmen erscheinende Publikation mit Zeitschriftencharakter oder Spezialausgabe eines Periodikums. Sonderhefte behandeln meist schwerpunktmäßig und ergänzend Themen, die zum Redaktionsprogramm eines Mutterobjektes gehören.

Spitzenpaket

Paket mit der Restmenge, die nach gleichmäßiger Teilung der Versandmenge durch die Packnorm für einen Kunden übrigbleibt. Beispiel: Ein Kunde bezieht 108 Exemplare eines Objektes. Packnorm des Vorballen 50. Ergibt: zwei Vollballen und ein Spitzenpaket mit acht Exemplaren.

Stapelauslage

Präsentation von Presseerzeugnissen in Stapelform. Diese verkaufsfördernde Angebotsform wird insbesondere bei hochauflagen und gut verkäuflichen Objekten an den ersten Verkaufstagen angewandt.

VMP

VMP ist das Sammeln und Verwerten aktueller Abverkaufsdaten der angeschlossenen Einzelhändler per Datenfernübertragung (DFÜ) durch den Pressegroßhändler.

Vollsichtregal

Schrägbordregal für die Präsentation von Presseerzeugnissen. Die Bezeichnung Vollsichtregal unterstreicht auch das aus Platzgründen selten zu realisierende Ziel, möglichst alle Titel mit der ganzen Titelseite, also in Vollaussage, verkaufsfördernd zu präsentieren.

10. Kontakt zum Kundenservice



Sie erreichen unseren Kundenservice unter folgenden Rufnummern:

Zentrale: 089 / 69384 – 0

Kundendienst: 089 / 69384 - 555

Kundendienst Fax: 089 / 69384 – 550

Kundendienst Email: Kundenservice@Presse-Jost.de

Hier liegt alles in Ihrer Hand.

forlinq®



Kundenservice



Transport



Abrechnung



Bestellung

SIMPEL. BEQUEM. SCHNELL. AUTONOM.



Die smarte Lösung für alle Aufgaben rund um den Verkauf von Presseerzeugnissen.