

3 VERTRIEBSWEGE



Praktische Hinweise

GENERELL

Die Aufträge zu diesem Thema sind eher einfach, da der sichtbare Teil des Vertriebs für die meisten Schülerinnen und Schüler bereits Alltag ist. Aufträge, die sich mit den Details des Vertriebs befassen, sind dagegen wenig sinnvoll, da sie schnell zu weit führen. Einige Anregungen für anspruchsvollere Aufgabenstellungen sind aber nachstehend aufgeführt.

ZU DEN EINZELNEN AUFTRÄGEN

Zu Auftrag 3.3

Weitere Fragen zu diesem Auftrag könnten zum Beispiel sein:

- Wie werden nicht verkaufte Exemplare abgerechnet?
- Wer trägt den Verlust?
- Wie wird die Menge der jeweils anzuliefernden Exemplare bestimmt?

Bevor die Interviews gemacht werden, sollten folgende Regeln vermittelt werden:

- Vor dem Interview wird zunächst ein Termin vereinbart.
- Vor dem Einsatz eines Aufnahmegerätes wird der Interviewpartner um Erlaubnis gefragt.
- Sollen die Aussagen in irgendeiner Form publiziert werden, so sind sie vorher der befragten Person zur Überprüfung vorzulegen.

Das Thema Interview wird in Auftrag 4.4 speziell behandelt.

Zu den Aufträge 3.4 und 3.5

Diese behandeln das gleiche Thema auf zwei verschiedene Arten und können wahlweise eingesetzt werden. Die vorgegebenen Felder in Auftrag 3.5 müssen nicht alle zwingend ausgefüllt werden.

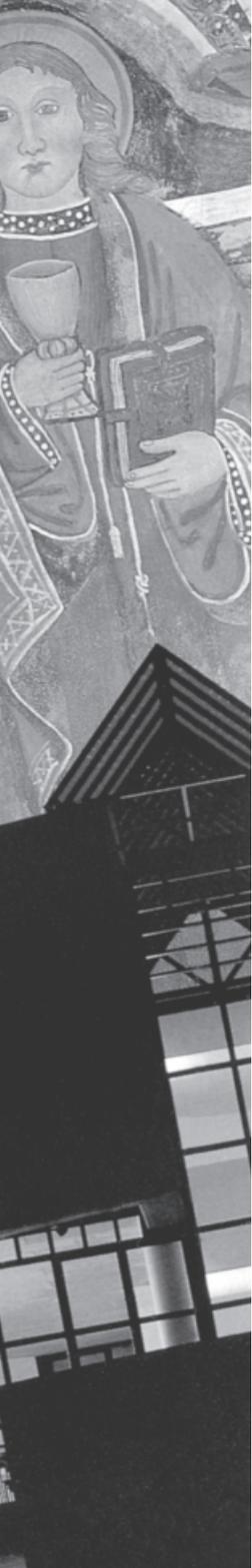
Auftrag 3.6

Dieser Auftrag ist eher für ältere SuS gedacht – Alternativ könnten die Vertriebsarten schon vorgegeben und nur noch die Aufgabe, sich über die Eigenschaften zu informieren, gestellt werden

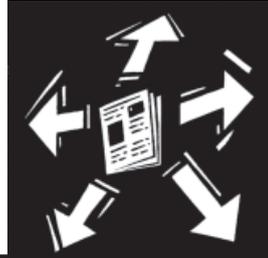
ANREGUNGEN FÜR WEITERE AUFTRÄGE

Alle Schülerinnen und Schüler erstellen eine Liste sämtlicher Zeitungen und Zeitschriften, die innerhalb einer Woche ins Haus gekommen sind, und erkundigen sich nach ihrer Herkunft:

- Wurde die Zeitung oder Zeitschrift gratis zugeschickt?
- Wurde sie abonniert? Wenn ja, von wem?
- Wurde sie gekauft? Wenn ja, von wem?
- Wurde sie ausgeliehen? Wenn ja, von wem bei wem?
- Wurde sie geschenkt? Wenn ja, von wem an wen?



3 VERTRIEBSWEGE



Sachinformationen

Verlage vertreiben ihre Erzeugnisse auf den verschiedensten Wegen zu den verschiedensten Bedingungen. Zunächst lassen sich zwei Hauptgruppen unterscheiden:

- Vertrieb gegen Bezahlung
- Gratisabgabe

VERTRIEB GEGEN BEZAHLUNG

Beim Vertrieb gegen Bezahlung gibt es mehrere Varianten, die meist kombiniert eingesetzt werden. Dabei werden wiederum zwei Hauptgruppen unterschieden:

- Zustellung im Abonnement
- Einzelverkauf
- Digital (online)

Zustellung im Abonnement

Diese Vertriebsart ist bei den schweizerischen Zeitungen und Zeitschriften die mit Abstand wichtigste. Ein Abonnement schliesst meist auch den Zugriff auf alle digitalen Inhalte auf der Website ein, sofern diese nicht für alle Nutzer gratis sind. Die gedruckten Tageszeitungen werden in der deutschen Schweiz und im Tessin in erster Linie im Abonnement vertrieben. In der Westschweiz ist der Anteil abonniertes Exemplare tendenziell tiefer. Auch bei den Zeitschriften ist der Aboanteil in allen Sprachgebieten relativ hoch. Das ist zum Beispiel in Deutschland ganz anders. Dort werden Zeitschriften praktisch ausschliesslich im Einzelverkauf abgesetzt.

Die Zustellung im Abonnement erfolgt im wesentlichen auf zwei Wegen:

- durch die Post
- durch Verträge einer verlagseigenen oder externen Zustellorganisation

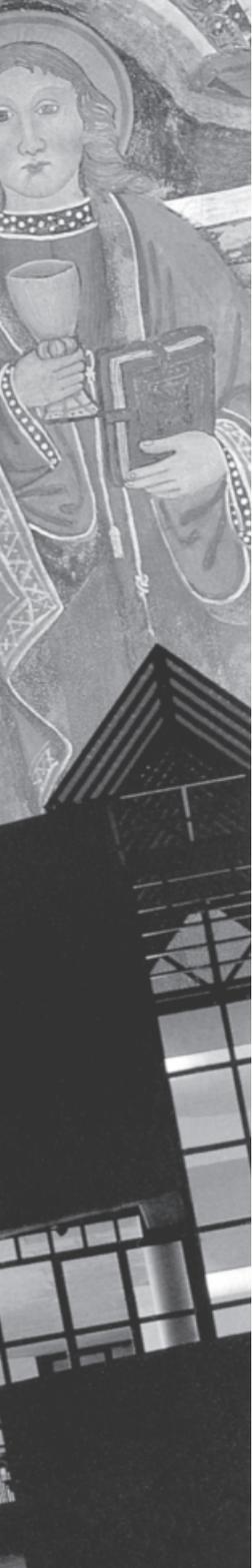
Durch Verträge werden vor allem Tageszeitungen zugestellt, alle übrigen Titelarten nehmen die Dienste der Post in Anspruch. Dadurch wird auch klar, welche grosse Bedeutung die Post und damit die Posttaxen für die schweizerischen Verlage haben.



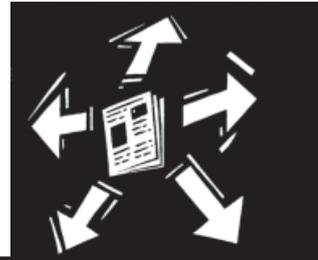
Boxen von Gratis-Tageszeitungen dominieren das Bild an Haltestellen des öffentlichen Verkehrs.

Einzelverkauf

Der Einzelverkauf hat, wie oben gesehen, bei den meisten Titeln eine eher marginale Bedeutung. Die grösste Rolle spielt er bei der Sonntagspresse. So wird der *SonntagsBlick* zu über 40 Prozent und die Sonntagsausgabe von *Le Matin* praktisch vollständig über den Einzelverkauf abgesetzt. Die beiden Sonntagszeitungen im Tessin werden ausschliesslich gratis via offene Boxen vertrieben. In der deutschen Schweiz ist dagegen die Hauszustellung im Abo die Norm.



3 VERTRIEBSWEGE



Für den Einzelverkauf gibt es grundsätzlich folgende Verkaufsstellen:

- Kioske, Lebensmittelgeschäfte, Buchhandlungen
- Verkaufsautomaten
- eKiosk

Verkaufsautomaten sind mit dem Aufkommen der Gratiszeitungen praktisch verschwunden. Die Hauptrolle gebührt in diesem Bereich den Kiosken und in ländlichen Gebieten den Lebensmittelgeschäften. Buchhandlungen verkaufen meist nur ausgewählte Zeitschriften (wie zum Beispiel Kultur- oder Reisemagazine). Immer wichtiger werden die eKioske im Internet.

GRATISABGABE

Bei der Gratisabgabe können zwei Titelgruppen unterschieden werden:

- Verteilung in die Briefkästen durch die Post oder eine spezialisierte Zustellorganisation.
- Verteilung durch Boxen und/oder sogenannte Kolporteure auf der Strasse.

Die Verteilung in die Briefkästen ist bei allen traditionellen Gratistiteln die Regel. Die ausschliessliche Verteilung über Selbstbedienungskästen ist dagegen in der Schweiz erst mit den Pendlerzeitungen eingeführt worden. Sie stehen meist an gut frequentierten Haltestellen des öffentlichen Verkehrs. Einzelne Titel stellen ihre Selbstbedienungskästen auch in kleineren Ortschaften und Quartieren auf. Gratis genutzt werden können aber auch Titel, die im Prinzip nur gegen Entgelt erhältlich sind. Dabei ist die Auswahl aber beschränkt. Folgende Möglichkeiten sind zu erwähnen:

- Aushangkasten des Verlags
- Wartezimmer (Arzt, Coiffeur usw.)
- Flugzeuge
- Cafés, Restaurants
- Bibliotheken
- Internet (oftmals allerdings nicht mit dem

vollständigen Inhalt)

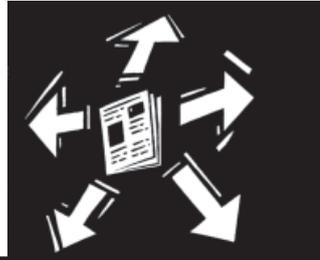
- Zusätzliche Verteilung einzelner Ausgaben in Briefkästen von Nicht-Abonnenten

DIGITALER VERTRIEB

Eine immer grössere Bedeutung für den Vertrieb von Zeitungsinhalten nimmt das Internet ein. Alle Tageszeitungen haben ihre Website – verschiedene bieten dort ihre Tageszeitung (teilweise gegen Bezahlung) 1:1 zur gedruckten Ausgabe als PDF-Datei (auch Replica genannt) zum Download an. Es handelt sich dabei um eine 1:1-Abbildung der gedruckten Zeitung, die am Bildschirm umgeblättert werden kann. Daneben gibt es verschiedene Versionen mit unterschiedlichen Namen sowie Apps für mobile Geräte. Verschiedene Artikel und Anzeigen sind verlinkt und führen so zu zusätzlichen Informationen.

AUS DER SCHULE GEPLAUDERT

Der Vertrieb von Tageszeitungen lässt sich mit dem Vertrieb von verderblichen Lebensmitteln vergleichen. Denn genauso wie beispielsweise Gemüse stündlich seine Frische verliert, büsst eine Tageszeitung an Aktualität ein. Viele (aber lange nicht alle) Informationen sind einen Tag später bereits wieder überholt. Ein Bonmot in Verlagskreisen heisst deshalb: «Es gibt nichts Älteres als die Tageszeitung von gestern». Seit die Inhalte im Internet laufend à jour gehalten werden, gelten solche Aussagen aber nur noch für die gedruckte Ausgabe.



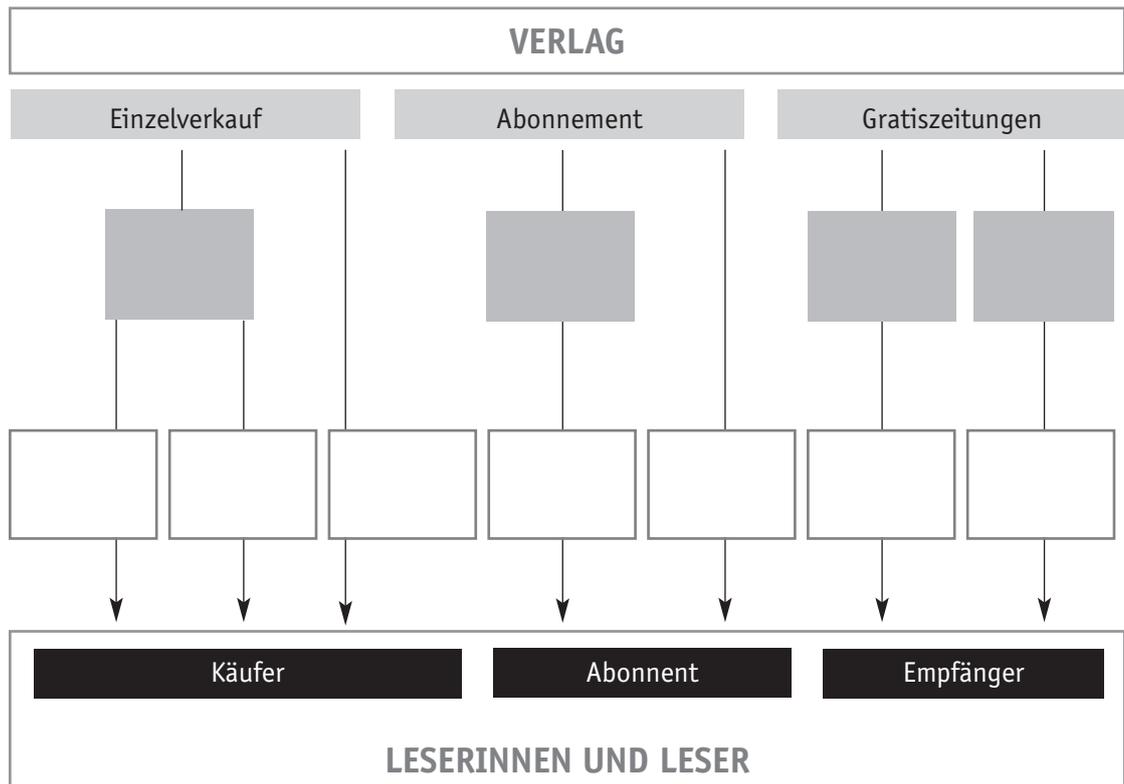
Ich kenne den Vertriebsablauf der gedruckten Presse.

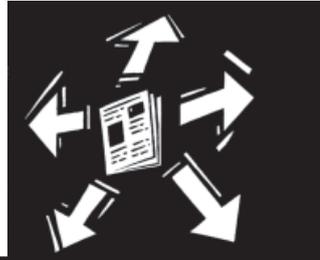
AUFTRAG

Ordnen Sie die folgenden Begriffe den entsprechenden Feldern zu, indem Sie die betreffenden Zahlen oder Buchstaben in die Felder eintragen.

Postaufgabestelle	1
Kioskagenturen	2
Verträgerorganisationen	3
Postaufgabestelle	1

Automaten	A
Verträgerorganisationen	B
Post, Postboten	C
Kiosk	D
Verträger	E
Strassenverkäufer	F
Post, Postboten	G

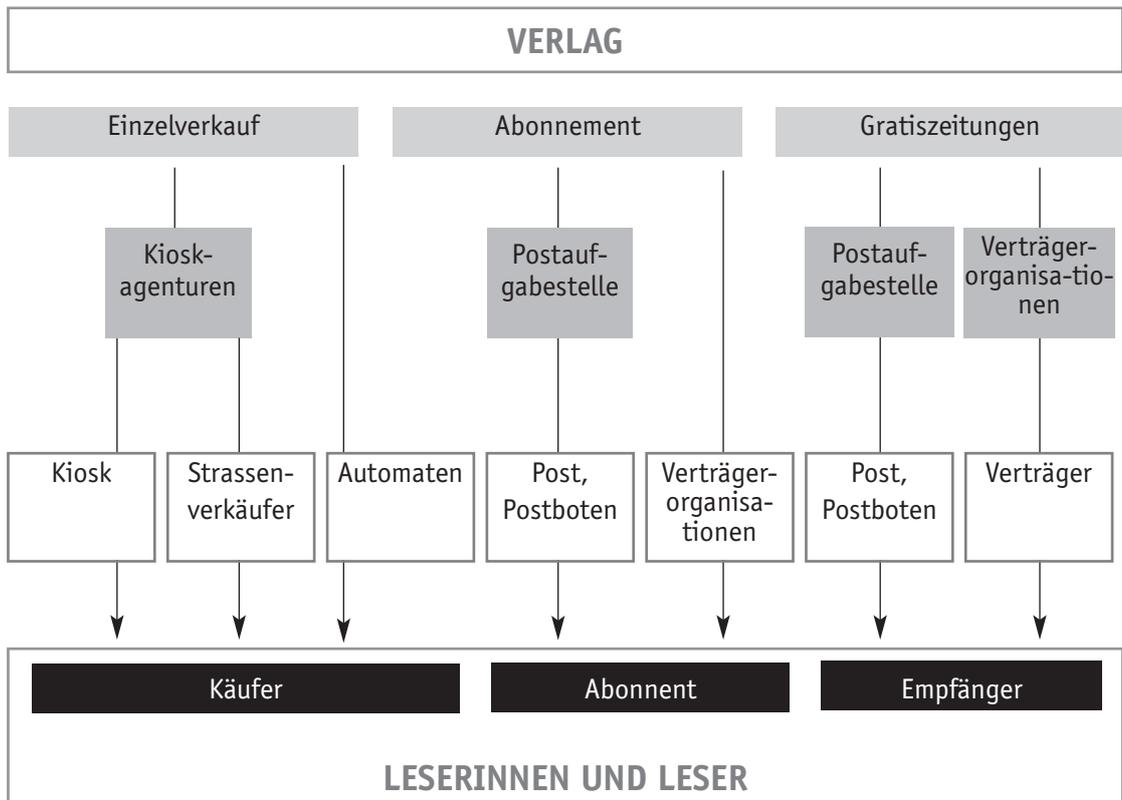


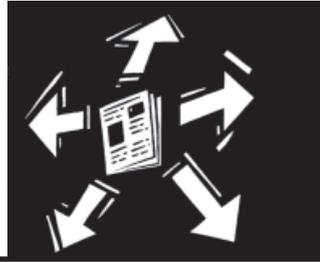


Ich kenne den Vertriebsablauf der gedruckten Presse.

AUFTRAG

Ordnen Sie die folgenden Begriffe den entsprechenden Feldern zu, indem Sie die betreffenden Zahlen oder Buchstaben in die Felder eintragen.





Ich weiss, wie der Kioskverkauf für die gedruckte Presse funktioniert.

AUFTRAG

Ergänzen Sie das Schema auf der 2. Seite um weitere Fragen und führen Sie dann ein Interview am Kiosk durch. Setzen Sie die Antworten in das Schema ein.

1. Frage: Wie lange nach dem Erscheinen können Zeitungen und Zeitschriften bei Ihnen gekauft werden?

Zeitschriften:

.....
.....
.....

Zeitungen:

.....
.....
.....

2. Frage: Was passiert mit den Zeitungen und Zeitschriften, die nicht verkauft werden?

Zeitschriften:

.....
.....
.....

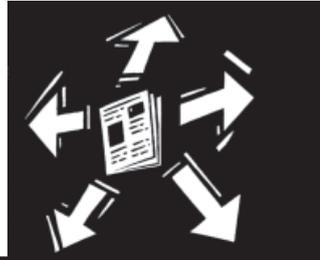
Zeitungen:

.....
.....
.....

3. Frage: Wie werden die Verkaufszahlen ermittelt?

.....
.....
.....





Ich weiss, wie der Kioskverkauf für die gedruckte Presse funktioniert.

AUFTRAG

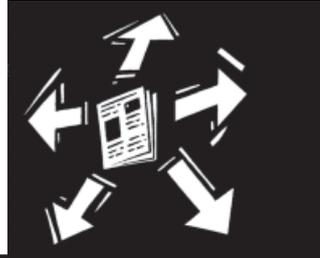
Ergänzen Sie dieses Schema um weitere Fragen und führen Sie dann ein Interview am Kiosk durch. Setzen Sie die Antworten in das Schema ein.

4. Frage:

5. Frage:

6. Frage:





Ich kenne die Vor- und Nachteile von Abonnement und Einzelverkauf.

AUFTRAG

Tragen Sie in folgendes Schema die Vor- und Nachteile von Abonnement und Einzelverkauf ein!

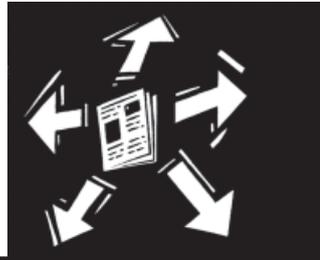
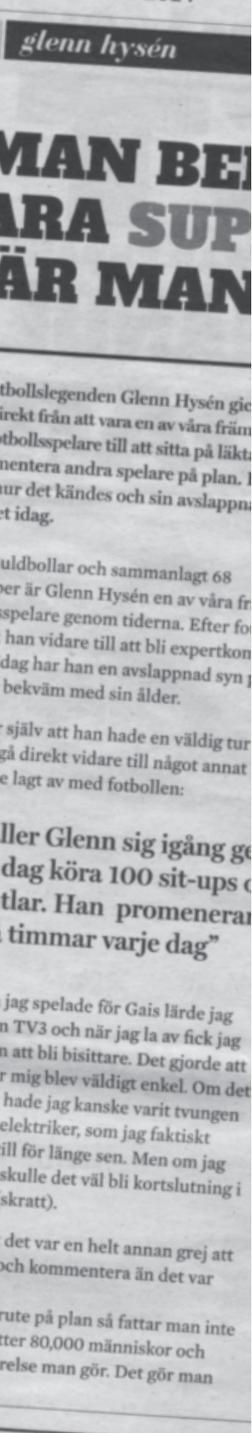
Abonnement

	Vorteile	Nachteile
gedruckt		
digital		

Einzelverkauf

	Vorteile	Nachteile
gedruckt		
digital		





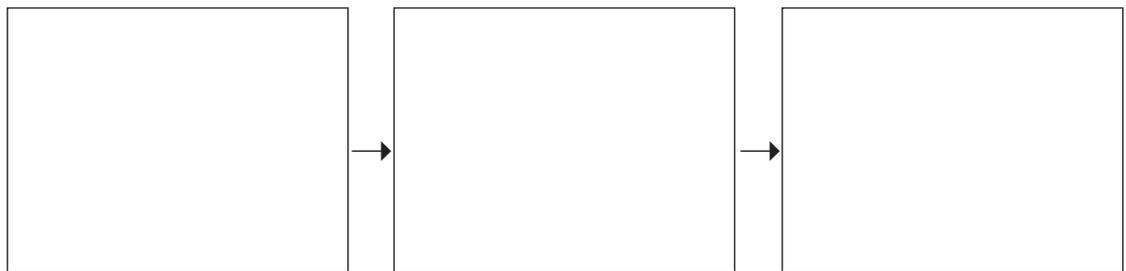
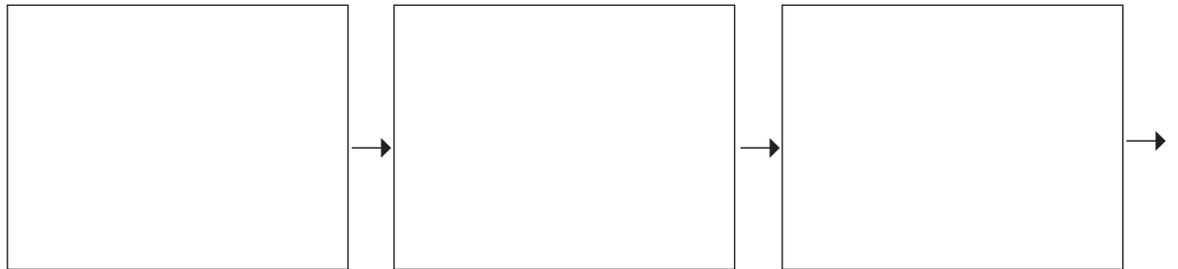
Ich kenne den grundsätzlichen Unterschied zwischen gedrucktem und digitalem Vertrieb.

Zeitungen und Zeitschriften werden entweder in gedruckter Form (physisch) vertrieben oder digital über das Internet und entsprechende Geräte.

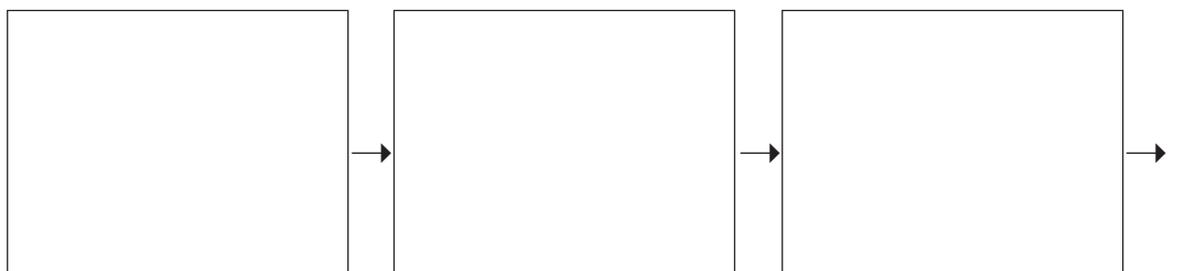
AUFTRÄGE

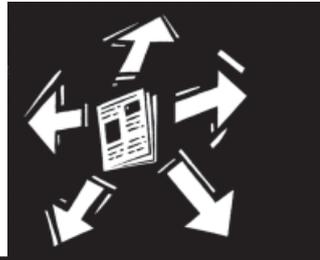
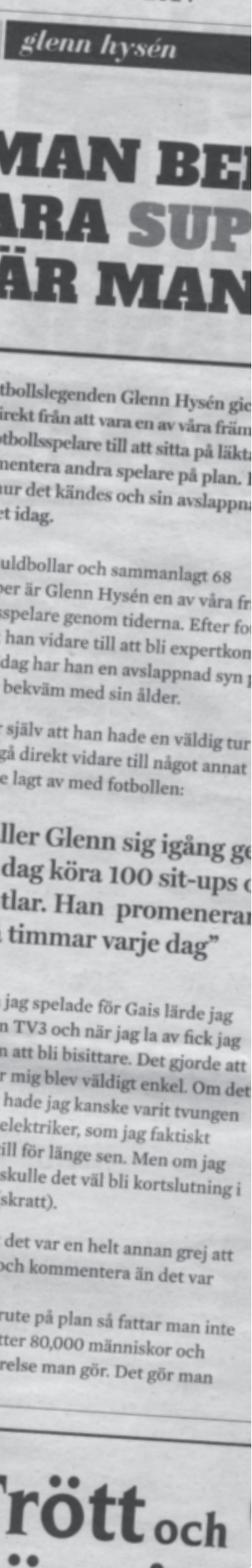
1. Zeigen Sie in Form von Zeichnungen den Weg vom Verlag zum Kunden auf.

Gedruckt



Digital



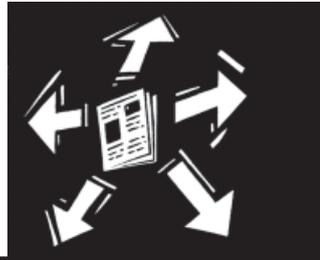
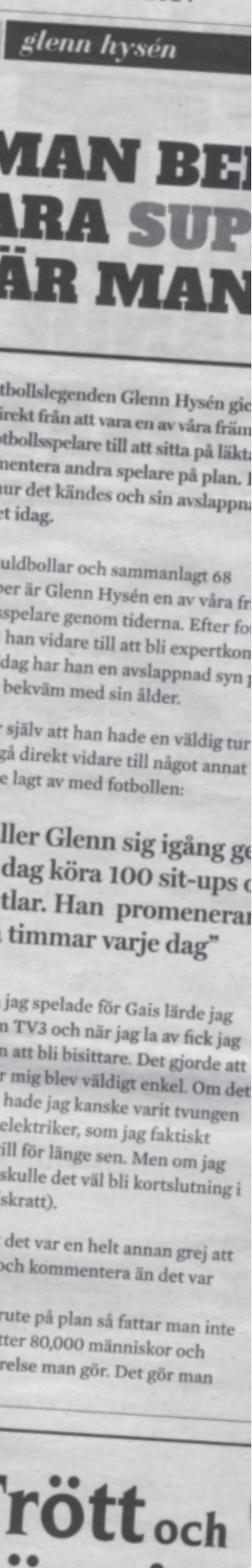


Ich kenne den grundsätzlichen Unterschied zwischen gedrucktem und digitalem Vertrieb.

2. Betrachten Sie nun Ihre Zeichnungen und überlegen Sie sich, welches die grundlegenden Unterschiede zwischen gedrucktem und digitalem Vertrieb sind.

Grundlegende Unterschiede zwischen gedrucktem und digitalem Vertrieb:

Druck	Digital
Beispiel: braucht keine Hilfsmittel zum Lesen	Beispiel: gerätgebunden



Ich kenne die Besonderheiten der verschiedenen Vertriebswege.

AUFTRÄGE

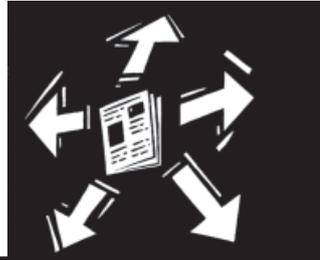
1. Informieren Sie sich per Internet neben der NZZ über zwei weitere Zeitungen, in welcher Form sie bezogen werden können.

Zeitung	NZZ		
Vertriebsart	gedruckt Einzelverkauf		

Erläutern Sie kurz die Besonderheiten der Formen.

Tipp: Angaben über die Vertriebsarten der Zeitungen sind auf den jeweiligen Homepages zu finden.

Gedruckt Einzelverkauf	



Ich weiss, wo und wie Zeitungen und Zeitschriften gratis gelesen oder bezogen werden können.

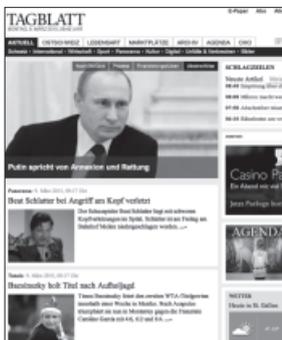
AUFTRAG

1. Hier sind drei Möglichkeiten dargestellt, wie und wo Zeitungen oder Zeitschriften gratis bezogen oder gelesen werden können. Schreiben Sie einen kurzen Text dazu. Es gibt aber noch weitere Möglichkeiten. Schreiben Sie diese auf.

2. Machen Sie von einer der zusätzlich herausgefundenen Möglichkeiten eine Zeichnung.



Ueli Custer



Andreas Bastian, Keystone

Horizontal lines for writing answers to the assignment questions.

Weitere Möglichkeiten, wo Zeitungen und Zeitschriften gratis bezogen oder gelesen werden können.

