

## **Erklärung von VDZ und Presse-Grosso zur Studie „Initiative Marktausschöpfung“**

Die gemeinsame Projektgruppe Vertriebsmarktforschung von VDZ und Presse-Grosso hat es sich zum Ziel gesetzt, deutschlandweit Transparenz im Vertriebsmarkt für Zeitschriften zu schaffen. Die Studie „Initiative Marktausschöpfung“ (IM) ist in diesem Zusammenhang einer von mehreren Bausteinen zur detaillierten Analyse des Marktes.

Ziel der Studie ist es, durch die Anwendung statistischer Verfahren die Marktpotenziale in den einzelnen Grosso-Gebieten zu ermitteln und diese den dort tatsächlich realisierten Umsätzen gegenüberzustellen, um hieraus schließlich den Grad der Marktausschöpfung in Form eines Marktausschöpfungskoeffizienten zu ermitteln.

Obwohl derzeit die IM noch ausschließlich auf den Verkaufsdaten des Presse-Grosso basiert, gibt die Untersuchung sehr hilfreiche Informationen für Grossisten und Verlage zur Beurteilung der Potenziale auf Basis einer Vielzahl von Einflussfaktoren in den einzelnen Vertriebsgebieten.

Die Projektgruppe weist ausdrücklich darauf hin, dass kein unmittelbar abzuleitender Zusammenhang zwischen der Leistung eines Presse-Grossisten und dem in seinem Gebiet erzielten Marktausschöpfungskoeffizienten besteht. Die Projektgruppe versteht die Initiative Marktausschöpfung als Basis für eine intensive Ursachenanalyse zur partnerschaftlichen Festlegung von Maßnahmen unter Berücksichtigung zusätzlicher Einflussfaktoren.

Ein hundertprozentiges Modell zur Erklärung des Marktes wird auch in der Zukunft nur schwer zu erreichen sein, denn es gibt sicherlich noch weitere Einflussfaktoren, die außerhalb des Einflusses der Vertriebsverantwortlichen liegen und auch nicht oder nur sehr schwer messbar sind und damit auch nicht in der Marktausschöpfungsstudie berücksichtigt werden können. Dazu gehören beispielsweise regionale Schwerpunkte bei Werbemaßnahmen und redaktionellen Inhalten.

Des Weiteren wird in der Projektgruppe derzeit auch geprüft, ob und wie man auch noch die Verkäufe weiterer Vertriebskanäle, wie z.B. das Abonnement, den Bahnhofsbuchhandel und den Lesezirkel abbilden kann.

Der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger und der Bundesverband Presse-Grosso sind sich einig, dass man mit der vorliegenden Studie einen deutlichen Schritt zur Beurteilung der Marktpotenziale vorangekommen ist und nun der Branche eine sehr leistungsstarke Untersuchung zur Verfügung stellt.

Dezember 2004