PROSPEKTE UND SONDERWERBEFORMEN IN DER KLEINEN ZEITUNG

1. DEFINITIONEN *

1.1. Werbemittel: Ein Werbemittel ist eine Form, mit der eine Werbebotschaft über einen Werbeträger an eine ausgewählte Zielgruppe übermittelt wird. Zu den Werbemitteln zählen gedruckte Werbemittel (u. a. Plakate, Anzeigen, Zeitungsbeilagen, Prospekte, Kataloge, Aufkleber oder Werbeflyer), elektronische Werbemittel (u. a. Werbespots in TV und Hörfunk, Mailings, Online, Billboards oder Product-Placements) sowie die sonstigen Werbemittel (u. a. Werbegeschenke, Sponsoring, Produktproben oder Give-aways).

1.2. Beilage: Eine Beilage ist ein Werbemittel, das einer Zeitung oder einer Zeitschrift beigelegt wird. Seine häufigste Form sind: Prospekte und Supplements. Es gibt Beilagen in Tages- oder Wochenzeitungen, oder auch Beilagen in Publikums- oder Fachzeitschriften. Die größten Vorteile einer Beilage sind vor allem die schnelle Durchdringung der Zielgruppe, die hohe Reichweite, die Zielgruppengenauigkeit, die intensive Ansprache, sowie die leichte Steuerbarkeit in gewünschten Kontaktintervallen und Gebieten.

1.3. Der Prospekt: Prospekte sind ein oder mehrseitige Printprodukte, die einen werblichen Charakter haben. Zu den Prospekten zählen u. a. Flyer (einseitig, zweiseitig), Folder (4-seitig) und Broschüren. Prospekte sind ein gutes Werbemittel, um viel Information zu einem guten Preis zu kommunizieren.

1.4. Sonderwerbeformen: Sonderwerbeformen sind Prospekte, die in Form, Format und/oder in der Art, speziell sind. Dazu zählen u. a.: Tip on Card, Memosticker, Mantel, Poster, Panorama, Superpanorama, Taschenposter (Stummer Verkauf, Sonntagsaufsteller).

Vgl. Gabler Wirtschaftslexikon, Oktober 2019

2. PROSPEKTE UND SONDERWERBEFORMEN IN DER KLEINEN ZEITUNG

Die Kleine Zeitung hat die Möglichkeit, Prospekte bzw. Sonderwerbeformen maschinell (=Standard) oder auch (in Ausnahmefällen) händisch (weil sehr kostenintensiv) zu verarbeiten. Wir unterstützen unsere Kunden vom Druckangebot, bis hin zur (redaktionellen) Gestaltung und ermöglichen „alles aus einer Hand". Zudem garantieren wir die tägliche Zustellung (Frühstücksgarantie), eine Branchenexklusivität (d. h. es darf immer nur eine Beilage einer Branche beigelegt sein) und eine Beschränkung der täglichen Zeitungsbeilagen auf maximal sechs. Auch Werbeverweigerer können mit einer KLZ-Beilage gut erreicht werden. (weitere einzigartige Vorteile zu finden im Folder „Prospektbeilagen" auf der VU Plattform)

2.1. Die Buchung muss - mit allen notwendigen Details wie Streuplan, Gewicht, Format, Papier, ePaper - mindestens zehn Werktage vor Erscheinen erfolgen.

2.2. Lieferung/ Druck: Um eine ordnungsgemäße Verarbeitung zu garantieren, müssen Prospekte und Sonderwerbeformen (SWF) fünf Werktage vor dem Verarbeitungstermin an den jeweiligen Verarbeitungsort geliefert werden. Fünf Tage sind notwendig, um die Prospekte/ SWF hinsichtlich ihrer Verarbeitungsqualität (statische Aufladung, Verklebung etc.) zu prüfen. So können wir dem Kunden auch die zugesicherte Qualität garantieren und eventuell auftretende Verarbeitungsprobleme bereits im Vorfeld minimieren/ ausschließen. Die Kleine Zeitung wird bei der Zustellung allen anderen Produkten (Konzernmedien und anderen Vertriebs-Produkten) vorangestellt und hat oberste Priorität.

Detaillierte Angaben zu Lieferadressen und zum Anlieferungszustand finden Sie auf der VU-Plattform unter Beilagen & SWF/ Arbeitshilfen.
Achtung: Bei sogenannten kombinierten Aufträgen (Kleine Zeitung-Abohaushalte und Zusatzhaushalte) muss die Anlieferung der erforderlichen Stückzahlen nach den jeweilig benötigen Auflagen getrennt erfolgen (bitte die Lieferadressen beachten).

2.3. Streuplan: Bei jedem Prospekt/SWF-Auftrag muss eine Verarbeitungsübersicht erstellt werden. Diese gibt Auskunft, wie viele Exemplare wo und wie (Abo, Verkauf, Sonntagsaufsteller, RHH) verteilt werden.
Streuplan Tool: Streupläne müssen vom Betreuer eigenständig über das jeweilige Tool erstellt und der Beilagendisposition zur Verfügung gestellt werden.

3. DER VERTRIEB

Der Weg der Kleinen Zeitung zu den Leserinnen und Lesern kann sehr unterschiedlich sein.

3.1 Welche Vertriebsoptionen gibt es?

1. ABONNEMENT KLEINE ZEITUNG	2. VERKAUF	3. ZUSATZHAUSHALTE	4. UNADRESSIERTE ZUSTELLUNG
Fast die gesamte verkaufte Auflage der Kleinen Zeitung sind Abos. Die Aboverteilung setzt sich aus Trägerabos und Postabos zusammen: ▪ **Trägerabos** Das sind jene Abos, die von unseren Austrägern an die Leserinnen und Leser der Kleinen Zeitung ausgeliefert werden. **Sonderform Mitverteilung:** Kann eine Beilage nicht maschinell verarbeitet werden, dann gibt es als Alternative die Mitverteilung (Achtung: Zusatzkosten). Dabei wird ein Prospekt vom Zeitungsausträger (daher nur bei den Trägerabos möglich) zusätzlich zur Zeitung zugestellt. ▪ **Postabos** Sind jene Abos, die von der Post an die Leserinnen und Leser ausgeliefert werden. Sie haben eine geringere Auflage.	Unter Verkauf versteht man die Auflage der Kleinen Zeitung, die in Trafiken, Supermärkten usw. sowie über den „Stummen Verkauf" (Sonntagsaufsteller) verkauft wird.	Die Zusatzhaushaltsverteilung bietet vor allem im urbanen Bereich die Möglichkeit, zusätzliche Haushalte (die keine Abonnenten sind) ebenfalls mit einem Prospekt zu beliefern. Dadurch werden die Zahl der erreichten Haushalte und auch die Reichweite erhöht. Eine Zusatzhaushaltsverteilung bedeutet aber keine hundertprozentige Abdeckung in der gewählten Region. Es werden damit aber, dort wo verfügbar, ein Großteil aller möglichen Haushalte erreicht. Jene Haushalte, die die Kleine Zeitung bereits erhalten haben, werden nicht doppelt beliefert. Detaillierte Infos zur Zusatzhaushaltsverteilung finden sich im Streuplan.	Die unadressierte Zustellung ist eine Ergänzung zu den Abos bzw. zur Zusatzhaushaltsverteilung in ausgewählten Gebieten. Diese Option eignet sich, um eher ländliche Gebiete abzudecken, die für den Kunden wichtig sind, in denen wir aber keine ausreichende Haushaltszahl erreichen. **Wichtig:** Unadressierte Zustellung bieten wir NICHT aktiv an. Sie ist vor allem in ländlichen Regionen eine Ergänzung, um dem Kunden „alles aus einer Hand" anbieten zu können. Ihre Buchung muss immer mit einem Vorgesetzten oder dem Beilagenverantwortlichen abgestimmt werden. Sie ist auch nicht täglich möglich: Die Tage müssen mit der Beilagendispo abgestimmt werden!

3.2. Zustellhierarchie: Wir verteilen so, wie es vor Ort möglich und erlaubt ist (ist von den Hauseigentümern bzw. den Genossenschaft abhängig).

- vor die Wohnungstüre
- in den Postkasten
- Ablagekörbe

Die Zusteller der Kleinen Zeitung können mit eigenen Schlüsseln in beinahe allen Wohnungsgenossenschaften bzw. Wohnanlagen die Zeitung ausliefern. Dies ist ein sehr wertvolles Übereinkommen mit den Eigentümern, daher müssen wir uns exakt an deren Regeln halten.

4. QUALITÄTSSICHERUNG VS. REKLAMATION

Unsere Verarbeitungs- und Zustellgarantie ist auf dem Markt einzigartig. Wir garantieren bei einer Gesamtabdeckung eine 99-prozentige, bei einer Teilauflage eine 98-prozentige Verarbeitungs- und Zustellgarantie (die Spezifikationen dazu findet man im Tarif unter der Rubrik „Verarbeitungsgarantien"). Eine Reklamation liegt nur dann vor, wenn die verarbeiteten und zugestellten Prospekte unter diesem Wert liegen. Da wir diese bei weitem übertreffen, dienen Rückmeldungen zur Erhaltung bzw. zum Ausbau unserer zugesicherten Qualität.

Ein Beispiel für eine Reklamation: Ein Kunde legt 75.000 Prospekte bei (Teilauflage). Die Kleine Zeitung garantiert eine 98-prozentige Verarbeitungs- und Zustellungsgarantie. Das heißt: Erst bei mehr als 1.500 Stück (>2 Prozent) nachweislich fehlerhaften Adressen gilt dies als eine Reklamation. (Siehe dazu auch den Workflow „Reklamation Prospektverteilung" auf der VU Plattform.)

Generell gilt: Jede Qualitätssicherungsrückmeldung (QSM & Reklamation) muss vom Kunden zeitnah erfolgen, um eine relevante Überprüfung durchführen zu können. Darunter verstehen wir ein bis zwei Tage nach dem Erscheinungstermin. Rückmeldungen, die drei oder mehr Tage später einlangen, sind leider nicht mehr aussagekräftig prüfbar und können bestenfalls noch in die Überwachung/Kontrolle der nächsten Termine einfließen.

Um unsere hohe Zustellqualität und dadurch auch unsere Garantie zu halten, greifen bei uns mehrere Sicherungs- bzw. Rückmeldemaßnahmen ineinander:

- Abonnenten/Leser: Da unsere Abonnenten (aktuell ca. 280.000 Abonnenten) für ihre Zeitung zahlen, sind wir täglich gefordert, sie zuverlässig zuzustellen. Sollte es hier eine Abweichung geben, so informieren uns unsere Leser zeitnah/ direkt.
- Unsere Vertriebskontrolle: Die gesamte Verteilung (Zeitung plus Sonderzustellungen) wird zusätzlich kontrolliert. Sollte es hierbei punktuelle Abweichungen in der Zustellung geben, so werden diese umgehend behoben/ nachbeliefert.
- Unsere Qualitätssicherungsexemplare: Ein Teil der Auflage, ca. 150 Exemplare je Bundesland, wird vom Vertrieb bereitgestellt, um im Falle einer aufgetretenen Abweichung, diese Adressen zuzustellen/nachzubeliefern. Daher müssen- 150 Exemplare je Bundesland- immer zusätzlich angeliefert werden.
- Unsere Kundenrückmeldungen: Werden ebenso in unsere Qualitätssicherungsmaßnahmen eingebettet. Sofern zeitnah bekanntgegeben, werden sie kontrolliert und gegebenenfalls mit den Qualitätsexemplaren nachbeliefert.

Eine Nachlieferung ist aber nur möglich, wenn wir vom Kunden eine vollständige und zeitnahe Rückmeldung mit Adressen und allen relevanten und notwendigen Informationen erhalten. Zeitnah deshalb, da wir am Tag eins sehr gut nachfassen können, am Tag zwei die Prospekte/SWF meist schon weggeräumt sind und am Tag drei die Erinnerung daran bereits sehr gering ist.
Daten, die man für eine vollständige Rückmeldung vom Kunden benötigt:

- Adresse der Rückmeldung
- Name des Melders/ wo wir kontrollieren sollen
- Was dort passiert ist/ Foto wenn möglich
- Wann das gemeldet/ aufgenommen wurde

Kundenfeedback: Im Prospektgeschäft lassen wir viele Kundenfeedbacks in unsere Qualitätssicherungsmaßnahmen einfließen, denn sie helfen uns besser zu werden. Wichtig: Nicht jedes Feedback ist eine Reklamation! Im Falle einer tatsächlichen Reklamation ist dafür ein Workflow auf der VU-Plattform definiert.

AUFLAGE	STÜCK	VERARBEITUNG	A	B	C
Teilauflage	bis 15.000	selektive Verarbeitung, maschinell	93 %	90 %	90 %
Teilauflage	bis 15.000	Verarbeitung in einem Block, maschinell	94 %	92 %	90 %
Teilauflage	bis 50.000	maschinell	96 %	93 %	92 %
Teilauflage	über 50.000	maschinell	98 %	95 %	95 %
Gesamtauflage		maschinell	99 %	97 %	96 %

Grafik zur Verarbeitungsgarantie, inkl. detaillierter Erklärung der Kategorien A-C, zu finden im Tarif auf Seite 66.

5. DIGITALE PROSPEKTE

Digitale Prospekte können ohne großen Zusatzaufwand auf www.kleinezeitung.at abgebildet werden. Die Beauftragung erfolgt durch den Betreuer (nähere Details dazu auf der VU-Plattform unter Beilagen & SWF/ Beilagen).

6. MITBEWERBER

Der „Hauptmitbewerber" bei Prospekten ist für uns die Post mit ihrem „Post-Kuvert". Die Beilage in der Kleine Zeitung kann jedoch mit vielen Vorteilen punkten: Tägliche Zustellung, Frühstücksgarantie und auch Werbeverweigerer sind mit ihr kein Thema. Zusätzlich bieten wir hohe Reichweite, bei geringeren Kosten (siehe dazu Grafik Reichweitenkosten). Unser effizienter Einsatz spart Streuverluste und unnötige Druckkosten. Schont die Umwelt und bringt höheres Engagement für den Kunden. (siehe Prospektflyer)

REICHWEITE IN ZAHLEN

KLEINE ZEITUNG

44,1 %[1]
bei **176.132 Stk.**[2] gedruckten Beilagen in der **Steiermark**

45,9 %[1]
bei **87.725 Stk.**[2] gedruckten Beilagen in **Kärnten**

...das bedeutet, für 1 % Reichweite benötigt man:

3.994 Stk.
gedruckte Beilagen
(Steiermark)

$= \frac{176.132 \text{ Stk.}}{44{,}1\ \%}$

1.911 Stk.
gedruckte Beilagen
(Kärnten)

$= \frac{87.725 \text{ Stk.}}{45{,}9\ \%}$

So errechnet man
1%
Reichweite

POST KUVERT

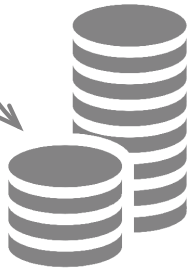
...das bedeutet, für 1 % Reichweite benötigt man:

Steiermark

10.458 Stk. $= \frac{468.500 \text{ Stk.}^3}{44{,}8\ \%^3}$

Kärnten

4.671 Stk. $= \frac{213.000 \text{ Stk.}^3}{45{,}6\ \%^3}$



- 681.500 Stk. müssen gedruckt werden*
- 2 x pro Woche
- hohe Gesamtkosten (Druck und Vertrieb) durch höhere Auflage bei vergleichbarer Reichweite
- höherer Papierverbrauch, Umweltkosten

21.082,27 Euro Druckkosten*

IHRE VORTEILE

+ Nur 265.000 Stk. müssen gedruckt werden*
+ tägliche Zustellung
+ Frühstückstischgarantie
+ geringere Gesamtkosten (Druck und Vertrieb) durch niedrigere Auflage bei vergleichbarer Reichweite

8.568,81 Euro Druckkosten*

* Exemplarisches Rechenbeispiel: Annahme Beilage: 12 Seiten, DIN A4, Papier: LWC 65g matt; Druckkosten entnommen aus dem Druckkostenkatalog Druck Styria

[1] MA 2019/20, Erhebungszeitraum Juli 2019 bis Juni 2020, die angegebenen Werte unterliegen statistischen Schwankungsbreiten, siehe dazu http://media-analyse.at/Signifikanz
[2] ÖAK 1. HJ. 2020, Mo-Sa, abonnierte und verkaufte Auflage inklusive E-Paper, Abo-Anteil gemessen an der verkauften Auflage der Kleinen Zeitung.
[3] https://www.post.at/g/c/kuvert-geschaeftlich, April 2020

Auf der VU-Plattform werden Ergänzungen regelmäßig eingepflegt - gerne können jederzeit zusätzliche Wünsche auch bei der VU gemeldet werden.

KLEINE ZEITUNG

© Anzeigen und Marketing Kleine Zeitung GmbH & Co KG, Gadollaplatz 1, 8010 Graz. Stand: November 2020