



Betriebsvergleich 2008 der deutschen katholischen Kirchenzeitungen

Durchgeführt vom Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln im Auftrag der MDG – Medien-Dienstleistung GmbH

MDG: Die Berater
Kompetenz bei Veränderung

IfH

Titel des Objekts:

Bearbeiter:

Telefon: Fax:

Email:

Allgemeine Objektdaten

1 **Format:**

	Breite		Höhe
a) Papier:	<input type="text"/> mm	x	<input type="text"/> mm
b) Satzspiegel:	<input type="text"/> mm	x	<input type="text"/> mm

2 **Anzahl aller Ausgaben im Kalenderjahr:** Gesamt

3 **Jahresbezugspreis**

Bezugspreis für Abonnements (ohne Zustellkosten) €

4 **Seitenumfang im Berichtsjahr**

a) Redaktionelle Seiten

Aus eigener Redaktion:

Durchlaufseiten	<input type="text"/>	}	Summe	<input type="text"/>
Wechselseiten insgesamt	<input type="text"/>			
Verlagsbeilagen-Seiten (z. B. red. Umfeld für Anzeigenseiten)	<input type="text"/>			
<i>Aus fremder Redaktion:</i>				
Durchlaufseiten	<input type="text"/>	}	Summe	<input type="text"/>
Wechselseiten insgesamt	<input type="text"/>			
Verlagsbeilagen-Seiten (z. B. red. Umfeld für Anzeigenseiten)	<input type="text"/>			
				Summe
				<input type="text"/>

b) Anzeigen-Seiten

Durchlaufseiten	<input type="text"/>	}	<input type="text"/>
Wechselseiten insgesamt	<input type="text"/>		

c) Seiten für Eigenwerbung

Nicht berechnete Seiten
(z. B. Eigenanzeigen, LwL)

d) Seitenumfang aller Ausgaben im Kalenderjahr (Summe)

AUFLAGEN

5	Auflagenaufteilung gemäß IVW (Inland und Ausland kumuliert)	IV. Quartal	Ø der 4 Quartale
a) Abo (gesamt)		<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) EV-Verkauf:		<input type="text"/>	<input type="text"/>
davon Remittenden		<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) Sonstiger Verkauf		<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) Verkauf (gesamt)		<input type="text"/>	<input type="text"/>
e) Freistücke		<input type="text"/>	<input type="text"/>
f) Reste/Belege		<input type="text"/>	<input type="text"/>
g) Verbreitung		<input type="text"/>	<input type="text"/>
h) Druckauflage		<input type="text"/>	<input type="text"/>

6	Abonnenten-Entwicklung im Berichtsjahr	1-jährige Abos	Mehr als 1 Jahr	Gesamt
a) Abo-Zugang		<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Abo-Abgang		<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) Netto-Veränderung		<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

VERTRIEB

7	Vertriebswege
	Gesamtzahl der vertriebenen Exemplare <input style="float: right;" type="text"/>

8	Abo-Werbung
	Jahreskosten der Abowerbung <input style="float: right;" type="text"/> €

Im Geschäftsjahr durchschnittlich beschäftigte (festangestellte) Mitarbeiter

Anzahl- Vollzeit

a) Redaktionsbereich (gesamt)

davon:

- 1. Redakteure (einschl. Chefredakteure)
- 2. Volontäre
- 3. Layouter/Grafiker
- 4. Redaktionelle Hilfskräfte (z. B. Satzerfassung, Layout)
- 5. Sonstige Redaktionsangestellte (z. B. Sekretärinnen)
- 6. Redaktionelle feste Mitarbeiter, die nicht der regulären Verlagsgesellschaft angehören.

b) Anzeigenbereich (gesamt)

davon:

- 1. Außendienst (Akquisition)
- 2. Innendienst (Akquisition)
- 3. Anzeigendisposition, -gestaltung, -verwaltung und -buchhaltung

c) Vertrieb (gesamt)

davon:

- 1. Außendienst (z. B. Vertriebsinspektoren)
- 2. Innendienst (z. B. Versandsteuerung, Vertriebsbuchhaltung)

d) Werbung für Abonnements

e) Werbung ohne direkten Abonnementbezug

f) Allgemeine Verwaltung (gesamt)

davon:

- 1. Rechnungswesen/Controlling
- 2. Leitung, Geschäftsführung etc.
- 3. Sonstige Verwaltungsmitarbeiter

g) Personal (gesamt)

Objekterlöse in €(ohne Zuschüsse)

a) Vertriebsserlöse

1. Vertriebsserlöse ohne Zustellgebühr/Trägervergütung	€	<input type="text"/>
2. Erlös-Schmälerungen Vertrieb	./.	€ <input type="text"/>
3. Netto-Vertriebsserlöse	=	€ <input type="text"/>

b) Anzeigen- und Beilagenerlöse

1. Anzeigenerlöse		€ <input type="text"/>
davon: KONPRESS	€ <input type="text"/>	
2. Beilagenerlöse	+	€ <input type="text"/>
davon: KONPRESS	€ <input type="text"/>	
3. Erlös-Schmälerungen Anzeigen/Beilagen	./.	€ <input type="text"/>
4. Netto Anzeigen- und Beilagenerlöse	=	€ <input type="text"/>

c) Sonstige Objekterlöse (ohne Zuschüsse bzw. Verlustausgleich)

1. Sonstige Objekterlöse insgesamt	€	<input type="text"/>
diesen Einnahmen direkt zurechenbare Kosten	./.	€ <input type="text"/>
2. Einnahmen aus Sonderausgaben, Verteilauflagen, etc.	+	€ <input type="text"/>
diesen Einnahmen direkt zurechenbare Kosten	./.	€ <input type="text"/>
3. Netto sonstige Erlöse		€ <input type="text"/>

g) Objekterlöse (gesamt)

€

11

Objektkosten (in €)

a) Herstellkosten insgesamt

b) Versandkosten insgesamt (vgl. Vertrieb)

c) Vertriebskosten

1. Personal (inkl. Sozialaufwendungen)

2. Sach- und sonstige Kosten

3. Gesamte Vertriebskosten

d) Vertriebswerbung

1. Personal (inkl. Sozialaufwendungen)

2. Sach- und sonstige Kosten

3. Gesamte Vertriebswerbungskosten

e) Anzeigenkosten

1. Personal (inkl. Sozialaufwendungen)

2. Sach- und sonstige Kosten

3. Gesamte Anzeigenkosten

f) Redaktionskosten

1. Personal (inkl. Sozialaufwendungen)

2. Agenturen/Dienste (z. B. KNA/KNA-Bild, epd/epd-Bild)

3. Kosten bezogene Redaktionsseiten (z. B. Koop.-Seiten)

4. Honorare Text

5. Honorare Bild

6. Sonstige Honorare

7. Sonstige Redaktionskosten (inkl. EDV-Kosten)

8. Gesamte Redaktionskosten

g) Allgemeine Verwaltungskosten

1. Personal (inkl. Sozialaufwendungen)

2. Sonstige allgemeine Verwaltungskosten (inkl. EDV-Kosten)

3. Gesamte allgemeine Verwaltungskosten

h) Gesamte Objektkosten

12

Objektergebnis

Differenz der gesamten Objekterlöse abzgl. der gesamten Objektkosten