

2025/26
presse-portraits.de

PressePorträts

Der Wegweiser zum erfolgreichen Presseverkauf



**Das Nachschlagewerk
für kompetente
Kundenberatung**

Mit freundlicher Empfehlung
Ihres Grossisten



PressePorträts

Fremdsprachige
Presse

► Fremdsprachige Presse
in Deutschland

► Zeitungen

► Zeitschriften

► Fremdsprachige Presse

► Romane

► Rätsel

► Impressum ► Feedback ► Mediadaten ► Eintragformular ► Bestell-Formulare
► Presse Fachverlag ► Der Titelschutz Anzeiger ► new business
► Abonnement Ihre kunden

Deutschlands Presse-Sortiment auf einen Blick

Übersichtlich nach Objektgruppen sortiert, stellt PressePorträts dem Einzelhandel Zeitungen und Zeitschriften, Romane, Rätsel und Comics vor.

PressePorträts ist die Printausgabe von www.presse-portraits.de.

Frankfurter Allgemeine ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

Verlag:
Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH,
60267 Frankfurt am Main
Telefon: 069 7591-0
Telefax: 069 7591-2180
www.faz.net
Erscheinungsweise: werktäglich
Preis:
Mo.-Fr. € 3,90
Sa. € 4,20



Inhalt: Vier Produkte werktäglich: Politik - Wirtschaft - Finanzmarkt/Sport - Feuilleton mit Hörfunk- und Fernsehprogramm. In Frankfurt und in der Region Rhein-Main täglich mit der „Rhein-Main-Zeitung“. Außerdem mit den folgenden Sonderteilen und Beilagen:
montags: der ausführliche Sport vom Wochenende in einem eigenen Produkt,
dienstags: die Beilage „Technik und Motor“,
mittwochs: die Beilage „Natur und Wissenschaft“, „Geisteswissenschaften“,
donnerstags: das „Reiseblatt“,
freitags: die Seiten „Immobilienmarkt“ mit dem Anzeigenteil,
samstags: die Seiten „Kunstmarkt“ mit aktuellen Berichten von Auktionen und aus Galerien sowie die Beilage „Beruf und Chance“ mit Informationen über den Arbeitsmarkt und den deutschen und internationalen Stellenmarkt für Fach- und Führungskräfte.
Mehr als ein Mal im Jahr: Sonderbeilagen wie z.B. „Literatur“ und weitere Redaktions- und Verlagsspeziale zu speziellen Themen.

Power-Porträt

€ 900,-

Psychologie Heute

Verlag:
Julius Beltz Verlag GmbH & Co. KG,
Werderstr. 10, 69469 Weinheim
Telefon: 06201 6007-0
redaktion@psychologie-heute.de
www.psychologie-heute.de
Erscheinungsweise: monatlich
Preis: € 8,90
Chefredakteurin: Dorothea Siegle
Gründungs-jahr: 1974



Inhalt: „Psychologie Heute“ ist seit 50 Jahren die renommierteste und reichweitens-tärkste psychologische Zeitschrift in Deutschland. Zusätzlich erscheinen pro Jahr vier Compact-Hefte, die sich einem speziellen Thema ausführlich widmen.
Käufer: Menschen, die sich selbst und andere besser verstehen wollen und sich für die wichtigen psychologischen Themen des Lebens interessieren.

Titelbild

€ 730,-

Landlust ZUHAUS

Verlag: Deutsche Medien-Manufaktur
GmbH & Co. KG,
Hülsebrockstr. 2-8, 48165 Münster
Telefon: 02501 801-6161
www.landlust-zuhause.de
Erscheinungsweise: 5 x jährlich
Preis: € 5,20
Chefredakteurin: Sinja Schütte
Gründungs-jahr: 2018

Inhalt: „Landlust ZUHAUS“ ist das Wohnmagazin für Menschen, die sich für Einrichten, Renovieren und wohnliches Gestalten interessieren. Sie mögen den Stil der modernen Ländlichkeit: schlicht, natürlich und gemütlich. Das Magazin bietet inspirierende Wohnideen, Reportagen zum Schmelgen, fachlich tiefgehende Servicetexte und viele praktische Tipps zum Selbermachen: handverlichte und kreative – für drinnen und draußen.

Käufer: Die Leser*innen besitzen oder mieten ein Haus/eine Wohnung im ländlichen Raum oder in den Speckgürteln der Städte. Oft haben sie gebaut oder planen zu bauen und richten sich ihr Nest ein. Oder sie lieben es einfach, ihr Traumhaus immer wieder neu zu erfinden, einzurichten und zu dekorieren. Sie legen selbst Hand an beim Bauen und Renovieren, sie lieben es aber auch, mit Pflanzen und schönen Accessoires zu dekorieren oder selber Dinge zu gestalten.

Logo

€ 350,-

Oldtimer Markt

Verlag: VF Verlagsgesellschaft mbH,
Lise-Meitner-Str. 2, 55129 Mainz
Telefon: 06131 992-0
Telefax: 06131 992-100
leserservice@oldtimer-markt.de
www.oldtimer-markt.de
Erscheinungsweise: monatlich
Preis: € 5,40
Chefredakteur: Dirk Ramackers

Gründungs-jahr: 1980
Inhalt: Europas größte Zeitschrift für Liebhaberfahrzeuge berichtet über Typen, Marken und Veranstaltungen, gibt Fachinformationen, zeigt die schönsten Fahrzeuge und wird abgerundet durch den umfangreichsten Anzeigenteil für Liebhaberfahrzeuge.
Käufer: Alle Freunde von klassischen Automobilen und Motorrädern

Basis-Plus Paket

€ 190,-

Preisliste Nr. 36 gültig ab 1. Januar 2026

Power Porträts	€ 900,-
Porträts mit Titelbild	€ 730,-
Porträts mit Logo	€ 350,-
Basis-Plus	€ 190,-
Jede weitere Zeile	€ 25,-

Bei diesen Porträts-Formen sind Sie

mit vollständiger Verlagsadresse, Preis, Erscheinungsweise, Chefredakteur, Gründungsjahr, acht Zeilen à 40 Zeichen zu Inhalt/Käufer sowie fünf Zeilen à 40 Zeichen zu Werbe- bzw. Promotion-Aktivitäten **beim Einzelhandel präsent**.

Termine

Druckauflage:	10.000 Exemplare
Erscheinungsweise:	einmal im Jahr
Meldeschluss:	10. April 2026
Druckunterlagen-Termin:	30. April 2026
Erscheinungstermin:	Juni 2026

Technische Informationen zur Datenübermittlung

Bitte senden Sie uns die Druckunterlagen als EPS- oder TIFF-Datei mit einer Mindestauflösung von 300 dpi via E-Mail zu.

Für Mac-User: bitte die Datei(en) als EPS-Postscript- (Schriften in Pfade umwandeln) oder als unkomprimierte TIFF-Datei abspeichern.

Maße:	Titelbilder	Breite max. 56 mm
	Logos	Breite max. 56 mm und in der Höhe max. 25 mm

Die Präsenz im PRESSEREPORT

Der IVW-geprüfte PRESSEREPORT ist das führende Medium im Presse-Einzelhandel

Ihre Präsenz im PRESSEREPORT findet in einer Ausgabe 2026/2027 statt. Ihrer Objektgruppe entsprechend erfolgt eine redaktionelle Einordnung. Hintergründe, Sachverhalte und News werden aufgezeigt.

Vorteil: Dem Presse-Einzelhandel wird eine aktuelle und aussagekräftige Verkaufshilfe bereitgestellt.

Preis auf Anfrage – gern unterbreiten wir Ihnen ein individuelles Angebot.

Mit PRESSEREPORT kommunizieren Sie News, Konzepte und Promotions rund um Ihre Printmarke direkt am Point of Sale.

Jeden Monat neu in der Printausgabe, **tagesaktuell** unter www.presse-report.de, im **wöchentlichen** Newsletter, oder **auf den Punkt genau** im Exklusiv-Newsletter!

PRESSEREPORT zeigt die Newcomer und erfolgreiche Bestseller im Pressesortiment und liefert dem Einzelhändler Hintergrundinformationen zu Märkten und Zielgruppen, praxisnahe Tipps für eine ertragsoptimierende Präsentation und für verkaufsaktive Kundengespräche.

Ihre Präsenz findet in einer von ihnen favourisierten Print-Ausgabe, und/oder Online auf der PRESSEREPORT-Website und/oder im wöchentlichen Newsletter oder auch ganz individuell in einem Exklusiv-Newsletter statt. **Ihre Kanäle zum Presse-Einzelhandel sind vielfältig!**

Diverse Presse-Themenschwerpunkte bieten eine Bühne für Ihre erfolgreiche Präsentation.

Ausgaben 2026

PR 6: Kinder	ET KW 23/2026
PR 7: Land-/Wohnmagazine	ET KW 27/2026
PR 8: Unterhaltende Frauenzeitschriften	ET KW 32/2026
PR 9: Programmpresse	ET KW 36/2026
PR 10: Frauen, People	ET KW 42/2026
PR 11: Programmpresse	ET KW 45/2026
PR 12: Gesundheit	ET KW 49/2026

Ausgaben 2027

PR 1: Politische Presse	ET KW 02/2027
PR 2: Erfolgreiche Newcomer	ET KW 06/2027
PR 3: Top 100 – Die umsatzstärksten Publikums- zeitschriften im Presseeinzelhandel	ET KW 10/2027
PR 4: Sport	ET KW 14/2027
PR 5: Rätsel, Romane	ET KW 19/2027
PR 6: Kinder-Titel	ET KW 23/2027
PR 7: Frauen-Magazine	ET KW 27/2027

Änderungen vorbehalten

Ihre Ansprechpartner im Verlag



Herausgeber + Chefredaktion
Peter Strahlendorf
strahlendorf@presse-fachverlag.de



Anzeigendisposition
Merle Rattunde
+49 40 60 90 09-56
merle.rattunde@presse-fachverlag.de



Produktmanagement
Dunja Hakansson
+49 40 60 90 09-64
pp@presse-fachverlag.de



Vertriebsleitung
Angelika Schmidt
+49 40 60 90 09-65
abo@presse-fachverlag.de



Anzeigenleitung
Kaja Eckel
+49 40 60 90 09-51
eckel@presse-fachverlag.de



Anzeigenleitung
Mevlûde Yüce
+49 40 60 90 09-96
mevluede.yuece@presse-fachverlag.de

Verleger: Peter Strahlendorf
Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg
(Postfach 70 13 60, 22013 Hamburg)

Telefon +49 40 60 90 09-0
Fax +49 40 60 90 09-55
www.presse-portraits.de
pp@presse-fachverlag.de

Bankverbindung
Hamburger Sparkasse
IBAN: DE35 2005 0550 1105 2126 49
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Berechnung der Abgabemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und der Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitigste Lieferung des Anzeigenentwurfes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbarer Schäden und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit des Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit

keit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisleiste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen werden nach der Preisleiste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matrern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisreimderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisleiste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisreimderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v.H., bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v.H., bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v.H., bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v.H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisreimderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen unbefwahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher, Katalogzusendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist Hamburg.