



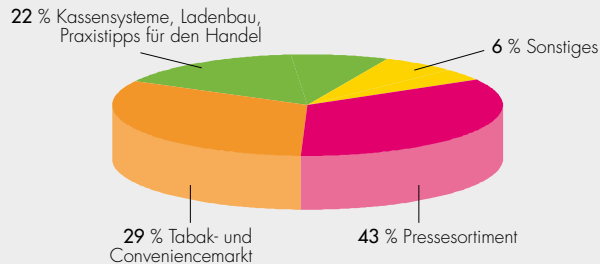
Das führende Medium
im Presse-Einzelhandel



Im Einzelverkauf **mehr** bewegen!

Zeitungen und Zeitschriften sind für unsere Leser die zentralen Umsatz-Säulen ihres Geschäfts. **PRESSEREPORT** zeigt attraktive Newcomer und erfolgreiche Bestseller im Pressesortiment, liefert dem Einzelhändler Hintergrundinformationen zu Märkten und Zielgruppen, dem Verkäufer praxisnahe Tipps für eine ertragsoptimierende Präsentation und für verkaufsaktive Kundengespräche. Jeden Monat neu in unserer Printausgabe, tagesaktuell unter www.pressereport.de und in unserem **wöchentlichen Newsletter!**

Die Themen



Quelle: Presse Fachverlag



Mit fundierter Warenkunde, aktuellen News und Best-Practice-Beispielen generiert **PRESSEREPORT** eine hohe Aufmerksamkeit bei den Lesern – und bietet attraktive Umfeldler für Ihre Anzeigen.

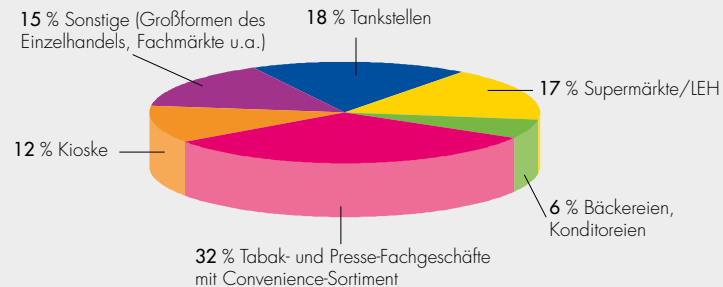
Mit **PRESSEREPORT** kommunizieren Sie News, Konzepte und Promotions rund um Ihre Printmarke effektiv und wirtschaftlich direkt an den Point of Sale!

Stark am Point of Sale!

PRESSEREPORT erreicht bundesweit über 15.000 Sortimentsentscheider und -pfleger in Presse-Fachgeschäften, in Tankstellen, Kiosken und im LEH.

Wir sind stark im inhabergeführten Einzelhandel – das sorgt auch bei Ihrer Anzeige für eine starke Wirkung, denn unsere Leser können auf ihre Produktbotschaft unmittelbar reagieren.

Die Leser



Quelle: Presse Fachverlag, eigene Leserstrukturanalyse

PRESSEREPORT auf einen Blick:

11.883
11.614
11.677

Druckauflage
verbreitete Auflage
verkaufte Auflage

Quelle: IVW III/2025



Erscheinungsweise: monatlich

Jahresabo Inland: 33,60 Euro zzgl. USt.
Jahresabo Ausland: 33,60 Euro zzgl. Versandkosten
Einzelheft: 3,50 Euro

ISSN: 0341-8073

PRESSEREPORT erscheint 2026 im 52. Jahrgang

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
PR 01	KW 03/26	05.12.25	08.12.25
PR 02	KW 06/26	09.01.26	12.01.26
PR 03	KW 10/26	06.02.26	09.02.26
PR 04	KW 14/26	06.03.26	09.03.26
PR 05	KW 18/26	01.04.26	02.04.26
PR 06	KW 24/26	08.05.26	11.05.26
PR 07	KW 27/26	05.06.26	08.06.26
PR 08	KW 32/26	10.07.26	13.07.26
PR 09	KW 36/26	07.08.26	10.08.26
PR 10	KW 42/26	04.09.26	07.09.26
PR 11	KW 45/26	09.10.26	12.10.26
PR 12	KW 49/26	06.11.26	09.11.26

Ausgabe	Presse	Tabak	Handel
1	Frauen-Premium	Tabakprodukte und MYO/RYO -Bedarf ohne Zusätze	Kassensysteme 2026 & Trends
2	Zeitschriften-Newcomer-Trends	Starke Tabak-Marken im Einzelhandel	Zuckerfreie Snacks
3	Top 100 im EV	Vapes, Erhitzer & Co.	Welche Elemente im Kassensbereich überzeugen – wo besteht Optimierungsbedarf?
4	Lifestyle/People	Feinschnitte, Schnupftabak, Nikotin Pouches, Zigarillos, MYO-Trends, Filter & Zubehör	Proteinriegel
5	Romane/Comic/Rätsel	Zigarillos, Zigarren und Humidore	Ladenbau
6	Kinder	Neues & Altbewährtes im Tabakbereich & Zubehör (Feuerzeuge etc.)	Ladenbau & Kassen: Bessere Übersicht im Kassensbereich
7	Landmagazine/Wohnmagazine	Dauerkassenschlager Zigaretten, neue Trends	Zuckerfreie Getränke
8	Unterhaltende Frauenzeitschriften	Starke Tabak-Marken im Einzelhandel & Vorschau InterTabac 2026	Kassensysteme
9	Programmpresse	Vorschau InterTabac 2026	Coffee to go
10	Politische/Wirtschaftspresse	Trends Tabak, MYO, RYO , Zigarren & Zigarillos, Vapes, Erhitzer & Co	Kassenhersteller
11	Essen & Kochen	Nachberichterstattung InterTabac 2026	InterTabac Nachbericht, neues aus dem Snack- und Kassensbereich
12	Gesundheit	Rückblick auf 2026 – Ausblick auf 2027	Aussicht auf 2027

Änderungen vorbehalten

Anzeigen-Preisliste Nr. 36, gültig ab 1. Januar 2026

Format	Preis (in Euro)
1/1 Seite	6.950,-
2/3 Seite	5.880,-
1/2 Seite	4.980,-
1/3 Seite	3.950,-
1/4 Seite	3.400,-
U-Seiten	7.750,-



Verkaufte Auflage:
9.443 (IVW II/2026)

Rabatte bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel		Mengenstaffel	
3 Anzeigen	2%	3 Seiten	4%
6 Anzeigen	4%	6 Seiten	8%
9 Anzeigen	8%	9 Seiten	12%
12 Anzeigen	12%	12 Seiten	16%
Nachlässe werden nach der jeweils günstigsten Staffel gegeben.			

Zahlungsmodalitäten

nach Erscheinen netto, 2% Skonto werden nur bei Vorkasse gewährt, wenn ältere Rechnungen nicht überfällig sind.
Die jeweils gültige Umsatzsteuer wird gesondert berechnet.

Anschnitt Beschnittzugabe 3-5mm je Außenkante



1/1 Seite
210 x 297 mm



2/3 Seite quer
210 x 190 mm



1/2 Seite quer
210 x 143 mm



1/3 Seite quer
210 x 103 mm



1/2 Seite hoch
107 x 297 mm



1/3 Seite hoch
75 x 297 mm

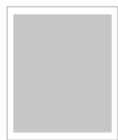


1/4 Seite quer
210 x 74 mm

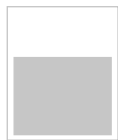


1/4 Seite hoch
107x158 mm

Satzspiegel Sonderformate auf Anfrage



1/1 Seite
175 x 262 mm



2/3 Seite quer
175 x 175 mm



1/2 Seite quer
175 x 128 mm



1/3 Seite quer
175 x 87 mm



1/4 Seite quer
175 x 65 mm



1/2 Seite hoch
87 x 262 mm



1/3 Seite hoch
55 x 262 mm



1/4 Seite hoch
87 x 128 mm

Druckunterlagen

PDF/X4 Datei per Mail
Farbprofil ISO coated V2 (ECI)

Beilagen

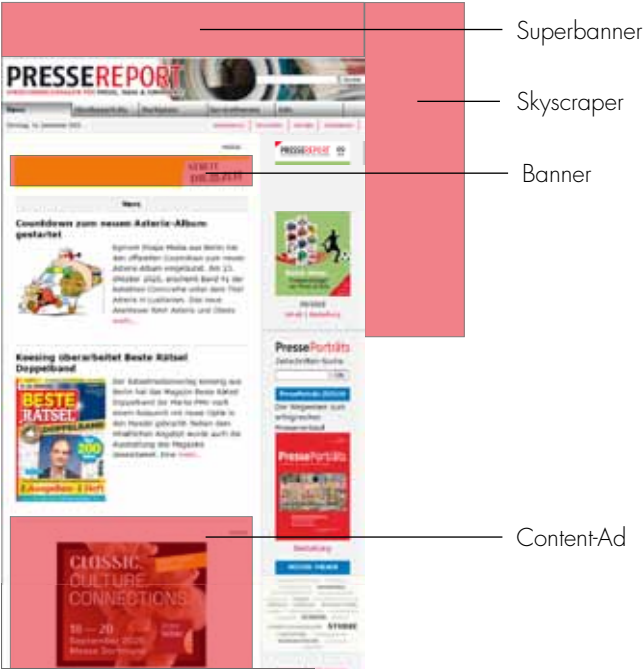
max. 200 x 287 mm,
bis 30 g Gewicht und 2 mm Stärke
Preise auf Anfrage
Teilbelegung nach Nielsen-Gebieten
nach Absprache.

Lieferanschrift für Beilagen

Lehmann Offsetdruck GmbH
Gutenbergring 73 – 75
22848 Norderstedt
Fon: +49 40 3085800-0
Liefervermerk: „PRESSE REPORT Nr. ...“

Sonderformate und Sonderwerbformen auf Anfrage.

**Sprechen Sie uns an,
wir beraten Sie gern!**
Kaja Eckel +49 05861-9830360
Mevlûde Yüce +49 40 609009-96



Anzeigenpreise Homepage (Preisliste 3, gültig seit 01. Januar 2026, Wochenpreise in Euro zzgl. USt.)		
Homepage	Format (BxH)	Preise
Banner	468 x 60 px	1.195,-
Superbanner	728 x 90 px	1.730,-
Content-Ad	300 x 250 px	1.380,-
Skyscraper	120 x 600 px	2.070,-
Wallpaper/Hockystick (Superbanner+Skyscraper)	728 x 90 px + 120 x 600 px	2.790,-

Rabatte bei Abnahme innerhalb eines Jahres	
ab 4 Wochenschaltungen	5%
ab 10 Wochenschaltungen	10%
ab 20 Wochenschaltungen	15%
ab 30 Wochenschaltungen	20%

Technische Formate: Alle Werbeformen für die Homepage können als gif, jpg, png oder html angeliefert werden. Für die Funktionsfähigkeit inkl. Mobilitauglichkeit der Scripte ist der Kunde verantwortlich. Datenlieferung spätestens 3 Werktage vor Schaltbeginn. Weitere Sonderwerbeformen auf Anfrage möglich.

Durchschnittlich 3.100 Page Impressions/Monat
Durchschnittlich 1.500 Visitors/Monat

Quelle: Analytics, Stand September 2025



Banner

Textanzeige
mit Logo

Content-Ad

Anzeigenpreise Newsletter

(Preisliste 3, gültig seit 01. Januar 2026, Wochenpreise in Euro zzgl. USt., Erscheinung: wöchentlich)

Newsletter	Format (bxh)	Preise
Banner	468 x 60 px	430,-
Textanzeige	max. 600 Zeichen	330,-
Textanzeige + Logo		360,-
Content-Ad	300 x 250 px	460,-
Exklusiv-Newsletter* (Versendung einmalig zum gewünschten Zeitpunkt)		560,-

Rabatte bei Abnahme innerhalb eines Jahres

ab 4 Wochenschaltungen	3%
ab 10 Wochenschaltungen	6%
ab 20 Wochenschaltungen	10%
ab 30 Wochenschaltungen	15%

702 Newsletterempfänger Stand September 2025

Öffnungsrate über 70%

*Worddokument (bis 2.000 Zeichen); Bildelemente/Displays: jpg-, png-, gif-Format; Daten-lieferung: 4 Werktage vor Auslieferung; Korrekturabzug zwecks Kunden-Freigabe: 1 Werktag vor Aussendung

Technische Formate: Werbemittel für den Newsletter nur im jpg-, png-, gif-Format anliefern. Daten für die Textanzeige bitte als Word-Dokument. Datenlieferung spätestens 3 Werktage vor Schaltbeginn. Weitere Sonderwerbeformen auf Anfrage möglich.

Ihre Ansprechpartner im Verlag



Herausgeber + Chefredaktion

Peter Strahlendorf
Fon +49/40/60 90 09-0
Fax +49/40/60 90 09-55
strahlendorf@presse-report.de



Redaktion

Aynur Kaya
Tel. +49 40 609009-93
Fax +49 40 609009-88
kaya@presse-report.de



Redaktion

Wolfgang Rakel
Tel. +49 40 609009-85
Fax +49 40 609009-88
rakel@presse-report.de



Mediaberatung

Kaja Eckel
Tel. +49 05861-9830360
eckel@tabak-pessereport.de

Anzeigendisposition

Merle Rattunde
Tel. +49 40 609009-56
rattunde@presse-report.de



Vertriebsleitung

Angelika Schmidt
Tel. +49 40 609009-65
schmidt@presse-report.de

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

Fon +49 40 609009-0
Fax +49 40 609009-55
www.presse-report.de
info@presse-report.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, Auftragsaufträge – 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 abgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren 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 rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes 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 vorhersehbaren Schadens 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 von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung

für grobe Fahrlässigkeit 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 Preisliste 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 Preisliste 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 Fertigung 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 Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste 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 Preisminderung 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 Preisminderungsansprüche 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 aufbewahrt. Zeitschriften, 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.

Verlagsprogramm Presse Fachverlag



Das Handels-
Magazin für den
Presse-Verkauf



Das Presse-
Sortiment
im Überblick



Magazin für
Presse-Vertrieb
und Content-Erlöse



Das unent-
behrliche Nach-
schlagewerk im
Pressevertrieb



Das führende
Spezialmedium
für Titelschutz