


# Das führende Medium im Presse-Einzelhandel

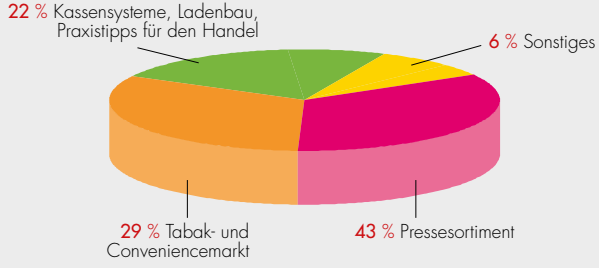
Deutsche Fachpresse

IVW

# 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 Print-ausgabe, tagesaktuell unter **www.presse-report.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 Umfelder für Ihre Anzeigen.

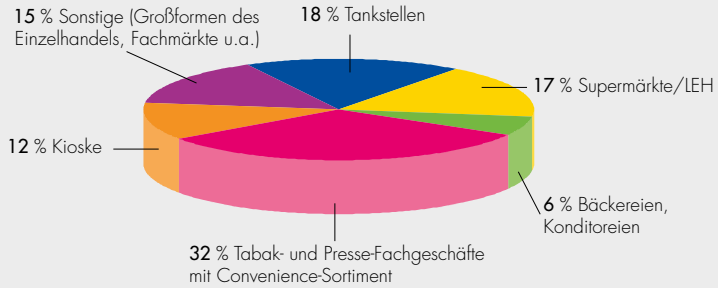
Mit **PRESSEREPORT** kommunizieren Sie News, Konzepte und Promotions rund um Ihre Printmarke effektiv und wirtschaftlich direkt an den Point of Sale!

# 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:

9.000 | Druckauflage
8.825 | verbreitete Auflage
8.778 | verkaufte Auflage

Quelle: IVW II/2026

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 2027 im 53. Jahrgang

| Ausgabe | Erscheinungstermin | Anzeigenschluss | Druckunterlagenschluss |
|---|---|---|---|
| PR 01 | KW 02/27 | 04.12.26 | 07.12.26 |
| PR 02 | KW 05/27 | 08.01.27 | 11.01.27 |
| PR 03 | KW 09/27 | 05.02.27 | 08.02.27 |
| PR 04 | KW 13/27 | 05.03.27 | 08.03.27 |
| PR 05 | KW 17/27 | 02.04.27 | 05.04.27 |
| PR 06 | KW 23/27 | 07.05.27 | 10.05.27 |
| PR 07 | KW 26/27 | 04.06.27 | 07.06.27 |
| PR 08 | KW 31/27 | 09.07.27 | 12.07.27 |
| PR 09 | KW 35/27 | 06.08.27 | 09.08.27 |
| PR 10 | KW 41/27 | 03.09.27 | 06.09.27 |
| PR 11 | KW 44/27 | 08.10.27 | 11.10.27 |
| PR 12 | KW 48/27 | 05.11.27 | 08.11.27 |

Änderungen vorbehalten, Stand September 2026

| Ausgabe | Presse | Tabak | Handel |
|---|---|---|---|
| 1 | Finanzen/Wirtschaft | Markttrends, Konsumverhalten und Erwartungen von Industrie und Handel | Kassen-Check 2027: Welches System passt zum kleinen Shop? |
| 2 | Zeitschriften-Newcomer-Trends | Erfolgreiche Zigarettenmarken, Markenpflege und Kaufimpulse im Einzelhandel | Mehr aus jedem Bon: Bundles, Zusatzverkäufe und digitale Coupons |
| 3 | Top 100 im Einzelverkauf | Vapes, Erhitzer & alternative Nikotinprodukte – Innovationen, Regulierung, Marktpotenzial | Bar, Karte oder Wallet? Der richtige Payment-Mix für kleine Beträge |
| 4 | Wissen | MYO, RYO, Feinschnitt, Filter & Zubehör – Wie sich das Selbstdreher-Segment weiterentwickelt | Snack-Hypes aus aller Welt |
| 5 | Romane/Comic/Rätsel | Zigarren, Zigarillos, Humidore und hochwertige Sortimente | Sicher verkaufen: Altersprüfung, Diebstahlschutz und Videoanbindung an der Kasse |
| 6 | Kinder- und Jugend | Der moderne Point of Sale – Feuerzeuge, Zubehör, Warenpräsentation und Impulskäufe | Food4Now: Frische Snacks, Kombiangebote und Sofortverzehr |
| 7 | Land- und Wohnmagazine | Sortimente mit Zukunft – Nikotin Pouches, neue Produktideen und Wachstumskategorien | Der Kiosk als Problemlöser: Reisebedarf, Technikzubehör und LastMinute-Artikel |
| 8 | Politische Presse | Praxisbeispiele, Ladenkonzepte und starke Marken im Zusammenspiel mit dem Handel | Aus Kassendaten wird Umsatz: Warenwirtschaft, Nachbestellung und weniger Abschriften |
| 9 | Zeitgeist/Lifestyle | Vorschau InterTabac 2027 | InterTabac-Vorschau: Neuheiten für Sortiment, POS und Kasse |
| 10 | Programmpresse | Nachberichterstattung InterTabac 2027 | InterTabac-Nachbericht: Produkte, Systeme und Ideen mit Shop-Potenzial |
| 11 | Mode | Welche Entwicklungen Hersteller und Handel jetzt im Blick haben sollten | E-Rechnung 2027: Wie Kasse und Buchhaltung zusammenspielen |
| 12 | Ausblick auf 2028 | Jahresrückblick2027 – Ausblick auf 2028 | Kasse 2028: Digitaler Beleg, neue Pflichten und sichere Systeme |

Änderungen vorbehalten

| **Anzeigen-Preisliste** Nr. 37, gültig ab 1. Januar 2027 | |
|---|---|
| **Format** | **Preis (in Euro)** |
| 1/1 Seite | 7.150,- |
| 2/3 Seite | 6.090,- |
| 1/2 Seite | 5.150,- |
| 1/3 Seite | 4.100,- |
| 1/4 Seite | 3.500,- |
| U-Seiten | 7.980,- |

**Verkaufte Auflage:**
8.784 (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



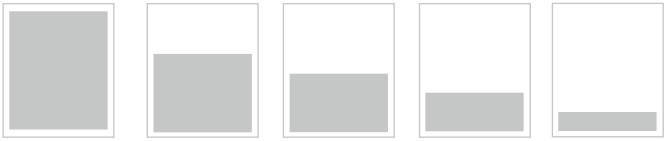
1/2 Seite hoch
107 x 297 mm

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 Sonderwerbeformen auf Anfrage. Sprechen Sie uns an, wir beraten Sie gern!**
Kaja Eckel +49 05861-9830360
Mevlüde Yüce +49 40 609009-96




| Anzeigenpreise Homepage (Preisliste 4, gültig seit 01. Januar 2027, Wochenpreise in Euro zzgl. USt.) | | |
|---|---|---|
| **Homepage** | **Format (BxH)** | **Preise** |
| Banner | 468 x 60 px | 1.250,- |
| Superbanner | 728 x 90 px | 1.870,- |
| Content-Ad | 300 x 250 px | 1.440,- |
| Skyscraper | 120 x 600 px | 2.250,- |
| Wallpaper/Hockeystick (Superbanner+Skyscraper) | 728 x 90 px + 120 x 600 px | 2.950,- |

| 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. Mobiltauglichkeit 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 2026




Banner

Content-Ad

Textanzeige mit Logo

## Anzeigenpreise Newsletter

(Preisliste 4, gültig seit 01. Januar 2027, Wochenpreise in Euro zzgl. USt., Erscheinung: wöchentlich)

| Newsletter | Format (bxh) | Preise |
|---|---|---|
| Banner | 468 x 60 px | 490,- |
| Textanzeige | max. 600 Zeichen | 390,- |
| Textanzeige + Logo | | 420,- |
| Content-Ad | 300 x 250 px | 500,- |
| Exklusiv-Newsletter* (Versendung einmalig zum gewünschten Zeitpunkt) | | 650,- |

## Rabatte bei Abnahme innerhalb eines Jahres

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

**722 Newsletterempfänger Stand September 2026**
Öffnungsrate über 70%

*Worddokument (bis 2.000 Zeichen); Bildelemente/Displays: jpg-, png-, gif-Format; Daten-liefertung: 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-pressereport.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, 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 Musters der Beilage und derer 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 Vetreters 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 Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matern 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. 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.

# **Verlagsprogramm** Presse Fachverlag




Das Handels-Magazin für den Presse-Verkauf




Das Presse-Sortiment im Überblick




Magazin für Presse-Vertrieb und Content-Erlöse




Das unentbehrliche Nachschlagewerk im Pressevertrieb




Das führende Spezialmedium für Titelschutz

---

**PRESSEREPORT** – Ihr Kommunikationsmedium für den Einzelhandel!
www.presse-report.de