

PRESSE

- 4 News**
- 6 Besser behauptet als erwartet**
Rund 1,5 Mrd. Euro Euro Brutto-Umsatz erzielten die 100 umsatzstärksten Zeitschriften im Einzelverkauf.
- 12 Impulse zum Kauf setzen**
Bei den Zeitungen ist eine gute Schlagzeile am Kiosk entscheidend für den Verkaufserfolg.
- 16 Stapelweise Schlagzeilen**
Deko-Serie: Elke Reichelt zeigt, wie man Zeitungen in Szene setzt.
- 18 Humor gewinnt!**
Das Cover des Jahres ist gewählt: Gewonnen haben der SPIEGEL, BRAND EINS und BEEF!
- 20 Der Klassiker am Herd**
ESSEN & TRINKEN feiert seinen 40. Geburtstag.
- 22 In voller Blüte**
MEIN SCHÖNER GARTEN: Mit steigenden Auflagen ins Jubiläumsjahr

SHOP

- 24 Lecker und lustig: Trends von der ISM**
Neue Süßwaren für die Kassenzone
- 26 Trends für die Truhe**
Eisige Innovationen für Groß und Klein
- 28 Ein lekkeres Geschäft**
Die Valora setzt ihren Expansionskurs mit der Übernahme der Lekkerland-Tochter CC fort.
- 29 Neu im Tabakmarkt**
- 30 Nichts für Unentschlossene**
Die neue Marlboro-Kampagne modernisiert die traditionellen Markenwerte.

HANDEL

- 32 Ausbildung mit Einblick(en)**
Axel Springer schickt seine Azubis auf Wissens-Rallye in den Presse-Einzelhandel.
- 33 Grosso in Aktion**
Weiterbildung, Information, Wettbewerbe
- 34 SERIE Ihr Grossist: Mehr als ein Lieferant**
Persönlicher Service mit Rundumbetreuung: der Kundeninnendienst

SERVICE

- 37 Impressum**
- 38 Geschäftsanzeigen**

Liebe Leserin, lieber Leser,

was braucht ein Cover, um am Kiosk möglichst gut zu verkaufen? Mit dieser Frage beziehungsweise mit den Hunderten von Antworten darauf, die jeden Monat am



Frank Nolte,
Bundesverband
Presse-Grosso

Kiosk liegen, beschäftigt sich nicht nur wohl jeder Chefredakteur, Verleger und Vertriebsleiter, sondern auch alle vier Wochen eine Expertenjury aus Vertretern der eben genannten Bereiche -- bei der Wahl des Cover des Monats, desjenigen Zeitschriftentitels, der (aus der jeweils individuellen Sicht jedes Jurors!) am besten gelungen ist. Im Februar hat die Jury noch einmal abgestimmt und die Besten der Besten gekürt -- die Cover des Jahres. Wer gewonnen hat und warum, zeigen wir Ihnen auf S. 18 f.!

Dass das „beste“ oder „schönste“ Cover nicht automatisch auch das meistverkaufte sein muss, weiß

vor allem Jurymitglied Frank Nolte aus täglicher Erfahrung. Nolte ist nicht nur Vorsitzender des Bundesverbands Presse-Grosso, sondern auch Geschäftsführer des Zeitschriften-Großvertriebs Carl Strobel. „Die Erfolgsfaktoren eines Titelcovers sind in Abhängigkeit von der Objektgruppe ganz unterschiedlich“, erklärt er. „Bei Special Interest-Titeln kann das z.B. mal ein aufmerksamkeitsstarker, ausgefallener und kreativer Titel sein, bei den 14-täglichen Programmies beobachten wir, dass die dafür typische Blondine, immer gleich fotografisch in Szene gesetzt, einfach die zuverlässigsten Ergebnisse liefert.“ Gut verkaufende Blondinen zeigen ihre Leistungskraft daher in einer anderen Hitliste dieses Hefts: dem Top 100-Ranking der umsatzstärksten Zeitschriften im Pressehandel. PRESSE REPORT-Redakteur Rüdiger Krebs hat auf den Seiten 6 bis 11 für Sie die Bestseller, Aufsteiger und Neueinsteiger des letzten Jahres ausgewertet. Und wie wir wissen, gönnt sich so mancher Leser mit dieser Liste in der Hand den spannenden Check, ob und wie die Top-Umsatzbringer seines eigenen Presseregals von den bundesweiten Champions abweichen. Falls Sie sich diese Mühe machen, dann behalten Sie die Ergebnisse nicht für sich! Wir sind neugierig auf regionale Spezialitäten und freuen uns, wenn wir Sie und Ihre Top-Seller in einer der nächsten PRESSE REPORT-Ausgaben vorstellen können!

Viel Spaß beim Lesen
wünscht Ihre PRESSE
REPORT-Redaktion



Ilka Schwabedissen
Chefredaktion **PresseReport**