

3 Editorial

EINSTIEG

4 News aus Einzelhandel, Grosso und Verlagen

PRESSE

Aktuelle Magazine

6 Erfolgsmaßstab Pressehandel

Frauenzeitschriften

8 Passt – und hat Luft

Relaunch

9 Alles klar bei TV KLAR

10 Neu im Pressemarkt

HANDEL

Händlerporträt

12 Von wegen Laissez-Faire

Grosso

16 PVN: Praktische Hilfe für den Handel

Ladenbau

18 Eingebaute Verkaufshilfen

SHOP

20 News aus dem Tabakmarkt

Praxiswissen

21 Ein Trumpf für Service und Umsatz



SERVICE

23 Geschäftsanzeigen, Impressum

Liebe Leserin, lieber Leser,

mit knapp 20.000 belieferten Verkaufsstellen gehört der Lebensmitteleinzelhandel zu den wichtigsten Absatzstellen für Presseprodukte – Titelgruppen wie z.B. Foodmagazine oder Programmzeitschriften verkaufen sogar das Gros ihrer EV-Auflage in dieser Geschäftsart. Anders als im Fachgeschäft oder am Kiosk ist im Supermarkt das ZZ-Sortiment nur eine von vielen Warengruppen; der Anteil am Gesamtumsatz liegt zumeist im niedrigen einstelligen Bereich. Trotzdem messen viele Marktbetreiber der Presseabteilung eine hohe Bedeutung bei: Zeitungen und Zeitschriften haben eine hohe Flächenproduktivität, das Sortiment ist durch seine Aktualität und Vielfalt hochattraktiv, es müssen weder Preise kalkuliert noch die Produkte ausgezeichnet werden. Zudem fungiert das Presse-Grosso als Category Manager und bietet vielfältige Service- und Beratungsleistungen – das leistet keine andere Lieferantengruppe.

In dieser Ausgabe steht in unserer Rubrik Praxiswissen einmal nicht das inhabergeführte Fachgeschäft im Fokus, sondern die kleineren und großen Supermärkte und die Mitarbeiter, die dort für die Pflege des Presse-regals verantwortlich sind. Denn: Viele Supermärkte schöpfen das Potenzial des Pressesortiments nicht voll aus. Woran das liegt, welche Rahmenbedingungen für die ZZ-Präsentation im LEH gelten und vor allem: Wie sich mit einfachen, fast kostenneutralen Mitteln die Präsenz und der Umsatz verbessern lässt, lesen Sie im ersten Teil unseres Beitrags ab Seite 21, den wir in der Juli-Ausgabe fortsetzen. Zugleich starten wir mit dem Beitrag über „Presse im LEH“ in diesen beiden Heftausgaben eine kleine Reihe, die sich mit den Besonderheiten verschiedener Geschäftsarten – von der Tankstelle bis zum Kiosk – beschäftigt und jeweils passend entsprechende Handling-Tipps liefert.

Auch im Ressort Handel werfen wir einen Blick über den Tellerrand hinaus: In dieser Ausgabe stellen wir Ihnen keinen Händler aus Deutschland vor, sondern schauen nach Frankreich. Hier hat Presse Report-Redakteurin Jeanette Hoffmann in Paris Fabrice Landrevie besucht, den Inhaber eines Presseshops im 14. Arrondissement der Metropole. Ab S. 12 beschreibt sie, mit welchen Herausforderungen der Kollege „là-bas“ (da drüben) zu kämpfen hat und warum er seine „profession“ trotzdem liebt.

Eine gewinnbringende Lektüre wünscht
Ihre PRESSE REPORT-Redaktion



Jeanette Hoffmann

