

3 Editorial

EINSTIEG

4 News aus Einzelhandel,
Grosso und Verlagen

PRESSE

Frauenmagazine

6 Qualität setzt sich durch

10 Neu im Pressemarkt

HANDEL

Schwerpunkt

12 Jugendschutz –
eine Aufgabe für alle!

Porträt

15 Ganz nah am Kunden

Grosso

18 Handel in Aktion: Seminare,
Workshops, Wettbewerbe

SHOP

21 News aus dem Tabakmarkt

Praxiswissen

15 Mehr Verkäufe an der Tankstelle

SERVICE

27 Geschäftsanzeigen, Impressum

Mehr internationale Presse
verkaufen – auch in Ihrem Shop?

Die in der letzten Ausgabe vorgestellte Aktion Best Press Shop Contest ist bei unseren Lesern auf starke Resonanz gestoßen.

Wenn auch Sie Fragen oder Interesse an der Präsentationsoptimierung für Ihr internationales Zeitungs- und Zeitschriftensortiment haben, können Sie sich jetzt direkt an Saarbach wenden – der Presse-Importeur hat dafür eine spezielle

Kontakt-E-Mail eingerichtet: bpsc@saarbach.de.



Liebe Leserin, lieber Leser,

die Fußball-Party ist vorbei, und sie hinterlässt im Handel keinen Kater, sondern das gute Gefühl, die gute Stimmung mitbefeuert zu haben – durch Fähnchen, Schminke, Sonderhefte und vor allem: Millionen Panini-Bilder. Die Stuttgarter Sticker-Schmiede hat mit ihrer WM-Kollektion in den vergangenen Wochen für Hochfrequenz im Pressehandel gesorgt. Eine tolle Chance, denn das Sammelfieber trieb auch so manchen Kunden zum Kiosk, der normalerweise nicht zum Stammpublikum zählt. Wer da mit Aktionstischen und Sonderplatzierungen rund um den Fußball versuchte, die Besucher bei ihrem Lieblingsthema „einzufangen“, hat mit etwas Glück für Umsatz gesorgt – und vielleicht sogar neue, treue Dauerbesucher gewonnen. Schon in den vorigen Ausgaben haben wir über WM-Aktivitäten von Verlagen, Grossisten und Einzelhändlern berichtet; eine kleine WM-Nachlese finden Sie auf den Seiten 4 und 5 in diesem Heft.



Ilka Schwabedissen

Auch die Tabakindustrie meldet für den Juni ein deutlich gestiegenes Absatzvolumen: Mit 7,516 Mrd. Stück Zigaretten lagen die Auslieferungen an den Handel um 8,7 Prozent höher als im Juni 2009 – da machen sich Fußball-Fieber und Sommerwetter bemerkbar. In diesem Zusammenhang eine Frage: Waren Sie eigentlich bei jedem Kunden, der schwarzrot-gold-gewandet und geschminkt bei Ihnen vor dem Tresen stand und eine Schachtel Zigaretten oder andere Tabakprodukten verlangte, ganz sicher, dass er auch volljährig ist? Gerade im Stress des Stoßgeschäfts ist bekanntlich die Versuchung groß, es mit den Vorschriften nicht immer ganz so genau zu nehmen... Warum es so wichtig ist, den Jugendschutz (übrigens nicht nur beim Thema Tabak!) ernst zu nehmen, zeigt unser Schwerpunktartikel mit vielen Tipps von Kollegen aus der Praxis (S. 12 f.).

Doch nun zu den angenehmen Seiten des Lebens, am liebsten auf Hochglanz gedruckt: Shopping, Beauty, Genuss, Wellness und Entertainment sind klassische Themen, ohne die kein Frauenmagazin auskommt. Doch gleichzeitig liegen Welten zwischen MADAME und JOLIE, PETRA und ELLE: Jedes Blatt hat seine eigene Handschrift und seine eigene Zielgruppe. Ab Seite 6 ff. zeigen wir, wie die Verlage ihre Titel positionieren und mit welchen Extras sie am Point of Sale um Aufmerksamkeit werben.

Viel Spaß beim Lesen wünscht
Ihre PRESSE REPORT-Redaktion