Liebe Leserin, lieber Leser,

vor uns liegt ein politisch sehr ereignisreiches Jahr. 2024 gehen weltweit über vier Milliarden Menschen an die Wahlurnen, um neue Parlamente und damit auch neue Regierungen zu wählen. In der Bundesrepublik Deutschland werden sich sowohl die drei Landtagswahlen in Brandenburg, Sachsen und Thüringen sowie die Wahlen zum Europäischen Parlament auswirken. Indirekt wird sich die im November stattfindende Wahl des amerikanischen Präsidenten mit Sicherheit stark bemerkbar machen. Für einen ersten Vorgeschmack haben bereits die vielen Demonstrationen im Januar 2024 gesorgt, die darauf hindeuten, dass sich die Menschen in Deutschland wieder stärker für das politische Geschehen interessieren und sich auch einmischen.

Dieses „Politik-Revival“ ist eine erfolgversprechende Basis für starke Verkäufe bei der politischen Presse. *Focus, Spiegel* und *Stern* dürften ebenso wieder mehr Käufer finden wie F*AZ, Süddeutsche Zeitung* oder *Die Zeit.* Die hinter diesen Medien-Marken stehenden Verlage haben bereits angekündigt, den Einzelverkauf in den nächsten Monaten mit besonderen Aktivitäten am Point of Sale sowie durch gezielte Werbe-Maßnahmen ankurbeln zu wollen.

Im Schlepptau des wachsenden Politik-Interesses dürfte zudem die Nachfrage nach Wirtschaftstiteln wie *Capital, Handelsblatt* oder *WirtschaftsWoche* ebenfalls in die Höhe gehen. Auf jeden Fall dürfte es viel Sinn machen, in den heißeren Wahlkampf-Zeiten ab Donnerstag im Schaufenster oder im Laden diese Titel stärker in den Vordergrund zu rücken. Die Erklär-Power von Print-Produkten ist nach wie vor ungebrochen und wird weithin geschätzt.

Das **PRESSEREPORT**-Team wünscht viel Erfolg beim Verkauf und eine aufschlussreiche Lektüre

Peter Strahlendorf
Herausgeber
PRESSEREPORT

© Klaus Knuffmann

PRESSE

4 Qualitätsjournalismus in unruhigen Zeiten gefragt
Die Nachfrage nach Nachrichtenmagazinen steigt in bewegten Zeiten

5 Vollsicht-Präsentation schafft Kaufanreize
Gespräch mit Torben Sieb, Leiter Vertrieb im Spiegel-Verlag

7 Den Einzelverkauf stärken
Stefan Kossack, Vertriebsleiter BurdaVerlag, über den EVT-Wechsel von *Focus* auf den Freitag

8 Magazine und Figuren für Koppelkäufe nutzen
Interview mit Simon Peter, Chefredakteur Blue Ocean

11 News aus der Presse-Branche
Neue Verkaufspreise, Condé Nast Traveler kommt nach Deutschland, Neues aus dem Ehapa Verlag, Greenpeace Magazin wird eingestellt, Panini verlängert Fifa-Lizenzvertrag für Fußball-WM-Sticker, Springer bekennt sich zur Print-Zeitung

SHOP

14 Kassensysteme: Das sind die Trends 2024

18 Wird tatsächlich weniger geraucht?

20 Convenience-News
Warsteiner Brauerei mit neuem Biermischgetränk, Milka läutet Ostern ein, Chupa Chups-Top-Seller im Beutel, Ritter Sport mit limitierter Edition

HANDEL

21 BFT verstärkt sich mit neuer Presse-Chefin

21 Impressum

SERVICE

22 Geschäftsanzeigen

Titelfoto: © ytemha34 - AdobeStock