



25 Jahre
PoS-Marketing

POS-MARKETING GUIDE

DER
MEDIEN
VERTRIEB

SICHTBARKEIT, DIE WIRKT. BERATUNG, DIE FÜHRT.

Warum PoS-Marketing heute unverzichtbar ist – und warum das **WIR** beim DMV den Unterschied macht.



dermedienvertrieb.de

ÜBERSICHT



DAS WICHTIGSTE AUF EINEN BLICK 01

**WARUM POS-MARKETING HEUTE EIN
ENTSCHEIDENDER FAKTOR IST** 02

**BEDÜRFNISSE DER VERLAGE
UND UNSER MEHRWERT** 03

DAS POS-MARKETING-PORTFOLIO 04

PoS-Tools

Titelindividuelle Maßnahmen

Erweiterte Leistungen

Unser Toolkatalog

DAS WIR MACHT DEN UNTERSCHIED 08

Beratung vor Buchung

Menschen machen den Unterschied

Datenbasierte Beratung als Grundlage unserer Arbeit

KONTAKTSEITE 10



Website
dermedienvertrieb.de

1. DAS WICHTIGSTE AUF EINEN BLICK

PoS-Marketing ist in Zeiten sinkender Printreichweiten kein optionales Instrument, sondern ein wichtiger **strategischer Faktor**.

Bis zu **70 % der Kaufentscheidungen** werden direkt am Regal getroffen¹ – spontan, impulsiv und stark visuell geprägt. In diesem entscheidenden Moment gilt:

Nur wer sichtbar ist, wird gekauft.

Mit über 25 Jahren Expertise, einem einzigartigen Portfolio an PoS-Tools, datenbasierter Kampagnensteuerung und unseren Spezialist:innen unterstützen wir Verlage dabei, genau diese Sichtbarkeit sicherzustellen. So werden Magazine genau dort stark inszeniert, wo Kaufentscheidungen tatsächlich fallen – und PoS-Marketing wird zum wirkungsvollen Wachstumstreiber im Pressemarkt.

WAS IST POINT-OF-SALE-MARKETING?

PoS-Marketing umfasst alle Maßnahmen im direkten Verkaufsumfeld, die Aufmerksamkeit schaffen, Orientierung geben, Kaufimpulse auslösen und den Absatz von Presse- und Non-Press-Produkten steigern.

Ziel: sichtbar – auffindbar – kaufbar im Moment der Kaufentscheidung

POS MARKETING 2026 IN ZAHLEN

166.000
VOLLSICHTPLÄTZE p.a.



70% DER
KAUFENTSCHEIDUNGEN
FALLEN SPONTAN
DIREKT AM POS



7 POINT OF SALE
EXPERTINNEN

T
O
O
L
S

13+

REGIONAL & BUNDESWEIT
IN ALLEN RELEVANTEN GA



2. WARUM POS-MARKETING HEUTE EIN ENTSCHEIDENDER FAKTOR IST

DIE STRATEGISCHE BEDEUTUNG VON POS-MARKETING FÜR VERLAGE

Der Zeitschriftenmarkt befindet sich in einem dynamischen Transformationsprozess. Während die digitale Mediennutzung weiter steigt, stehen Printreichweiten und Printumsätze in vielen Segmenten zunehmend unter Druck.

Gleichzeitig verändern sich die Erlösstrukturen: Insbesondere klassische Anzeigenumsätze sind in weiten Teilen rückläufig, wodurch der Vertrieb als Erlössäule für viele Titel an relativer Bedeutung gewinnt.

Umso wichtiger ist es, vertriebsrelevante Touchpoints konsequent zu stärken. Gezielte Investitionen in Sichtbarkeit am Point of Sale stabilisieren Abverkauf, aktivieren Impulskäufe und sichern die Markenpräsenz im Handel. Am PoS verdichten sich Aufmerksamkeit, Interesse, Kaufwunsch und Kauf.

Trotz zahlreicher digitaler Touchpoints bleibt der PoS ein entscheidender Ort, an dem Marken:



SICHTBARKEIT WIRD ZUM ZENTRALEN WETTBEWERBSFAKTOR

In einem Umfeld wachsender Produktvielfalt außerhalb der Presse im Handel und sinkender Aufmerksamkeitsspannen entscheidet Präsenz über Absatz. Produkte, die im Regal nicht auffallen, werden häufig übersehen und entsprechend seltener gekauft.

PoS-Marketing schafft genau hier wirksame Kontaktpunkte: durch strategische Platzierungen im Presseregal, aufmerksamkeitsstarke Präsentationen und Inszenierungen, die Titel sichtbar und attraktiv machen.

Zweitplatzierungen verstärken diesen Effekt zusätzlich: Mehrverkausanalysen zeigen regelmäßige Absatzsteigerungen von 42 % bis zu 168 %*.² Eine kontinuierliche sichtbare Präsenz am PoS erhöht damit nicht nur die Anzahl an Gelegenheitskäufern, sondern steigert auch die Kaufbereitschaft bei Neuerscheinungen und Promotionen.

Die Platzierungsflächen am Regal und im Markt sind häufig der letzte – und oft entscheidende – Touchpoint vor dem Kauf. Wer hier sichtbar ist, wird wahrgenommen.

² Quelle: DMV – interne Mehrverkausanalysen (2025) zu PoS-Tools. Prozentwerte = Median der gemessenen Mehrverkaufs-Werte.

3. BEDÜRFNISSE DER VERLAGE UND UNSER MEHRWERT

PAIN VS. GAIN

Der Pressemarkt verändert sich: Auflagen sinken, der Wettbewerbsdruck steigt und Aufmerksamkeit wird zur knappsten Ressource. Durch den Kostendruck müssen Marketingmaßnahmen immer effizienter eingesetzt werden.

PoS-Marketing bietet hier einen wirkungsvollen Hebel:

Es schafft Sichtbarkeit am Ort der Kaufentscheidung, realisiert Mehrverkäufe durch Impulsmechaniken, sichert dauerhafte Handelskontakte und schafft Präsenz an neuen Verkaufsstellen.

Die folgende Gegenüberstellung zeigt typische Herausforderungen der Verlage – und die konkreten Mehrwerte, die gezielte PoS-Maßnahmen schaffen.



4. DAS POS-MARKETING-PORTFOLIO

BENCHMARK IM PRESSEMARKT



PoS-Tools

Unser Portfolio setzt Maßstäbe in der Vermarktung von Presstiteln. In allen relevanten Geschäftsarten sind unsere Tools fest installiert und schaffen strukturierte Sichtbarkeit am Point of Sale – von klassischen Zweitplatzierungen bis zu Digital-Signage-Bespielungen.



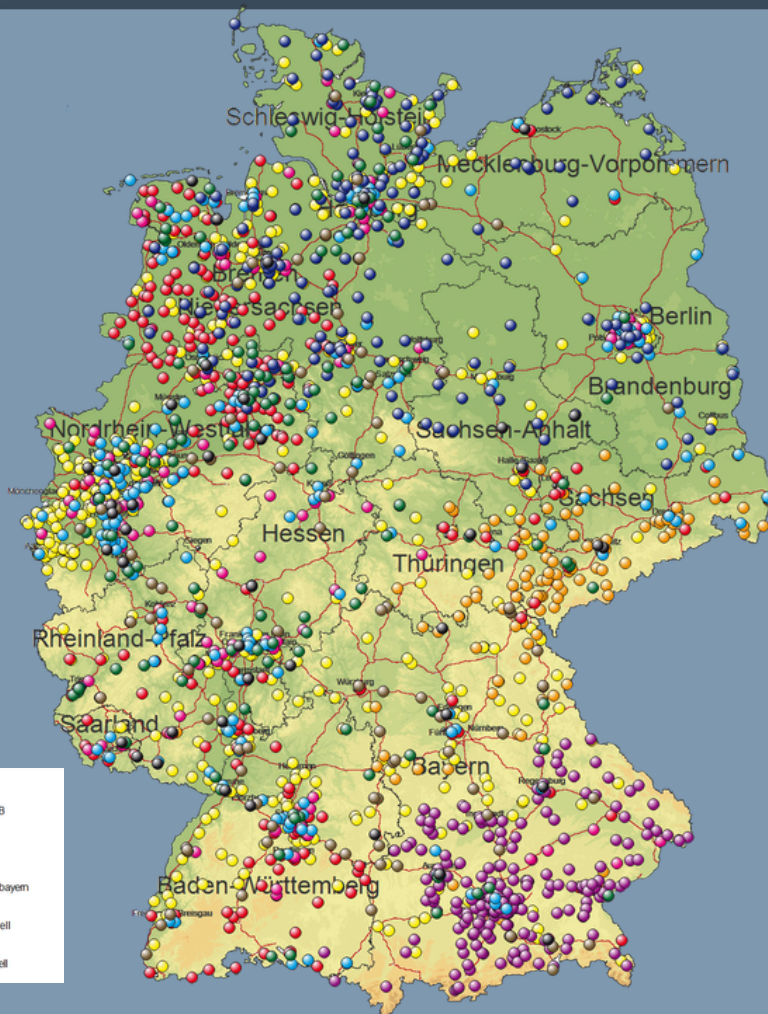
Titelindividuelle Maßnahmen

Displays und Werbemittel werden titelindividuell und markenkonsistent umgesetzt – von auffälligen Werbemitteln am Regal bis zu gebrandeten Displays in Laufwegen und im Kassenumfeld.

Eine datenbasierte Planung stellt effizienten Budgeteinsatz sicher – so werden Mittel zielgerichtet eingesetzt, Ergebnisse transparent berichtet und Kampagnen konsequent optimiert.

Unser Außendienst stellt durch regelmäßige Kontrollen sicher, dass alle Tools und Werbemittel korrekt platziert und hochwertig gepflegt sind. Die enge Zusammenarbeit mit unseren Handelspartner:innen ermöglicht reichweitenstarke Kampagnen und wirkungsvolle Markeninszenierungen.

POS-TOOLS SICHTBARKEIT MIT SYSTEM



WARUM UNSERE TOOLS WIRKEN

- Auffindbarkeit durch Zweitplatzierung am Regal oder im Laufweg
- Aufmerksamkeit durch Vollsichtpräsentation
- Flexible Buchungszeiträume & langfristige Planbarkeit
- Qualitätssicherung durch Außendienst

In allen relevanten Geschäftsarten & Handelsketten sind unsere Tools fest installiert:

IN ZUSAMMENARBEIT MIT
UNSEREN BB-PARTNERN

LEBENSMITTEL EINZELHANDEL

> 2.700 
POS-STELLEN

BUNDESWEITE
& REGIONALE NETZE



REGALSCHALEN
& BODENDISPLAYS

HANDELSKETTEN

REWE
COMBI
EDEKA
FAMILA
GLOBUS
KAUFLAND

ZZ-FACHHANDEL

> 650 
POS-STELLEN

BUNDESWEITE
NETZE



REGALSCHALEN
& BODENDISPLAYS

HANDELSKETTEN

WOLSDORFF
UNABHÄNGIGER
FACHHANDEL

TANKSTELLEN

> 120 
TANK & RAST

BUNDESWEIT AN DER
AUTOBAHN



REGALSCHALEN
& DIGITALE SPIEGEL

HANDELSKETTEN

SANIFAIR
TANK & RAST

BUCHHANDLUNG

> 50 
THALIA

EXKLUSIVE VERMARKTUNG



REGALSCHALEN

HANDELSKETTE

THALIA

BB-MARKETING

> 330 
BAHNHÖFE
& FLUGHÄFEN

EINZEL- ODER
NETZBUCHUNG



SCHAUFENSTER
PLATZIERUNGEN
DIGITAL SIGNAGE

BB-PARTNER

UGDE
VALORA
LAGARDÈRE
EUROTRADE
SCHMITT & HAHN

TITELINDIVIDUELLE MASSNAHMEN PRÄZISION STATT STREUVERLUST

Wir entwickeln PoS-Maßnahmen passgenau für jeden Titel in enger Abstimmung mit unseren Kunden. Denn jeder Titel hat seine eigene Tonalität, Zielgruppe und Marktlogik – und genau daran richten wir Konzept, Mechanik und Platzierung aus.

Wir sorgen dafür, dass Titel am PoS klar erkennbar, attraktiv inszeniert und zur richtigen Zeit präsent sind. Dazu realisieren wir u. a. regionale Maßnahmen bei thematischen Schwerpunkten, zielgruppenorientierte Verbundaktionen mit inhaltlicher Klammer sowie individuell produzierte Bodendisplays und Werbemittel – etwa zu saisonalen Peaks, Sport-Events oder titelbezogenen Meilensteinen wie Jubiläum, Relaunch oder Neueinführung.

BEISPIELE AUS DEM HANDEL

DER MEHRWERT AUFMERKSAMKEITSSTARKER ZWEITPLATZIERUNGEN



gebrandete THEO-Schalen zum LIVING AT HOME Jubiläum



Verbunddisplay „Politische Presse“; 1.500 Standorte zur Bundestagswahl 2025

→ schnelle Orientierung → mehr Sichtkontakte → hohe Reichweite → hohe Relevanz



**HIER KLICKEN FÜR
WEITERE BEISPIELE**

ERFOLGREICH UMGESetzte DISPLAY-AKTIONEN

ERWEITERTE LEISTUNGEN

Neben unseren eigenen Tools koordinieren wir für unsere Kunden zusätzliche, externe Maßnahmen, die den Markenauftritt am PoS wirkungsvoll ergänzen können. Dabei fungieren wir als zentraler Ansprechpartner, übernehmen Abstimmung und Abwicklung. Unsere erweiterten Leistungen im Überblick:



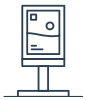
BB-MARKETING

Gemeinsam mit unseren Partnern aus Bahnhofs- und Flughafenbuchhandlungen entwickeln wir Zweitplatzierungsangebote an hochfrequenten Verkaufsstellen bundesweit.



Außendienst-Leistungen am PoS

Neben der Qualitätskontrolle unserer Tools im Markt umfasst unser Leistungsportfolio auch die strategische Platzierung, Betreuung, Verkaufsförderung sowie Beratung direkt am PoS.



Digital Signage

Digitale Touchpoints im Bahnhofsbuchhandel und an Tankstellen ermöglichen reichweitenstarke Botschaften.



Marktplatz-Koordination

Organisation regionaler Werbeaktionen sowie ausgewählter Discounterplatzierungen über externe Partner – aus einer Hand koordiniert und in die Gesamtplanung integriert.

UNSER TOOLKATALOG

Fragen Sie hier direkt den vollständigen Toolkatalog inklusive geografische und Markt-Zuordnung der Toolstandorte an:



Eine erste Vorschau unserer Tools finden Sie ebenfalls auf unserer Website:
[Klicken Sie hier um weitere DMV-Tools zu entdecken.](#)

5. DAS **WIR** MACHT DEN UNTERSCHIED

BERATUNG VOR BUCHUNG

Wir starten nicht mit fertigen PoS-Lösungen – wir starten mit kundenzentrierten Fragen, um die Verlagsbedürfnisse zu verstehen und daraus maßgeschneiderte PoS-Konzepte zu entwickeln.



MENSCHEN MACHEN DEN UNTERSCHIED

Der Erfolg von PoS-Maßnahmen entsteht nicht allein durch Tools oder Daten – sondern durch die Menschen, die sie entwickeln und umsetzen.

SCHLÜSSELFAKTOREN

- Fachliche Exzellenz im Pressevertrieb
- analytische Stärke und datenbasierte Arbeitsweise
- Projekt- und Schnittstellen-Know-how
- Beratung auf Augenhöhe
- Leidenschaft für Marke und Handel

DATENBASIERTE BERATUNG ALS GRUNDLAGE UNSERER ARBEIT

Unsere Beratung basiert konsequent auf Daten – von der Titelplanung über die Toolbelegung bis zur Erfolgskontrolle der Marketingmaßnahmen. Daten dienen dabei nicht nur der Dokumentation, sondern der aktiven Steuerung.



Mehrverkaufsanalysen zeigen den zusätzlichen Absatz durch Zweitplatzierungen in Tools und Displayaktionen.



Geografische Analysen in unserem Toolkatalog ermöglichen die Entscheidung zwischen regionaler und bundesweiter Stärkung.



Budgeteffizienz: Unsere datenbasierte Budgetplanung sorgt für den optimalen Einsatz der Tools und nachvollziehbare Ergebnisse.



Trendradar: Beobachtung gesellschaftlicher Entwicklungen, Handelsstrukturen und Mediennutzung zur Ableitung neuer PoS-Hypothesen.

KOMBINATION AUS DATEN & ERFAHRUNG

Daten allein reichen nicht aus. Erst in Verbindung mit Marktkenntnis, Logistikverständnis und der vertrieblichen Expertise unserer Key Account Manager:Innen entsteht Beratung, die sowohl strategisch fundiert als auch messbar wirksam ist.

So schaffen wir gemeinsam PoS-Konzepte, die nicht nur geplant, sondern im Markt erfolgreich umgesetzt werden.

6. KONTAKTSEITE

Fragen Sie direkt den vollständigen Toolkatalog inkl. geografische und Markt-Zuordnung der Toolstandorte an:



**SICHTBARKEIT MIT SYSTEM.
BERATUNG MIT HALTUNG.
POS MARKETING, DAS WIRKT.**



Isabelle Hinze



Stefanie Stoldt



Christiane Welger



Lena Marquardt



Pia Peters



Marilena Reher



Birthe Tilgner

**LASSEN SIE UNS GEMEINSAM
SICHTBARKEIT IM HANDEL SCHAFFEN:**



pos@dermedienvertrieb.de

DMV DER MEDIENVERTRIEB GmbH & Co. KG
Meßberg 1
20086 Hamburg

Telefon: +49 (0)40 3019 1800
E-Mail: info@dermedienvertrieb.de
Website: www.dermedienvertrieb.de

Handelsregister: Amtsgericht Hamburg, HRA 118443
Umsatzsteuer-ID: DE 202750804

Vertretungsberechtigte Person:
Marco Graffitti

Verantwortlich für den Inhalt gemäß § 18 Abs. 2 MStV:
Marco Graffitti

DMV DER MEDIENVERTRIEB GmbH & Co. KG
Meßberg 1
20086 Hamburg

