



## Die EDEKA handelsrundschau

Ihr direkter Weg zu den EDEKA-  
Kaufleuten



## Konzept

Die EDEKA handelsrundschau erscheint bereits seit 1908 als Fachzeitschrift für den Lebensmittel-Einzelhandel. 14-täglich informiert sie alle 3.500 selbstständigen Einzelhändler:innen und Führungskräfte als zentrales Informationsmedium über neue Produkte, innovative Vertriebskonzepte sowie Themen des EDEKA-Verbunds.

## Leserschaft

3.500 EDEKA-Kaufleute mit ihren ca. 6.800 Märkten sowie Top-Entscheider:innen der EDEKA

## Erscheinungsweise

24 x pro Jahr

## Heftformat

208 x 280 mm

## Druckauflage

10.627 Exemplare (IVW 1/22)

## Preis 2023

1/1 Seite 4c: 10.000,- EUR

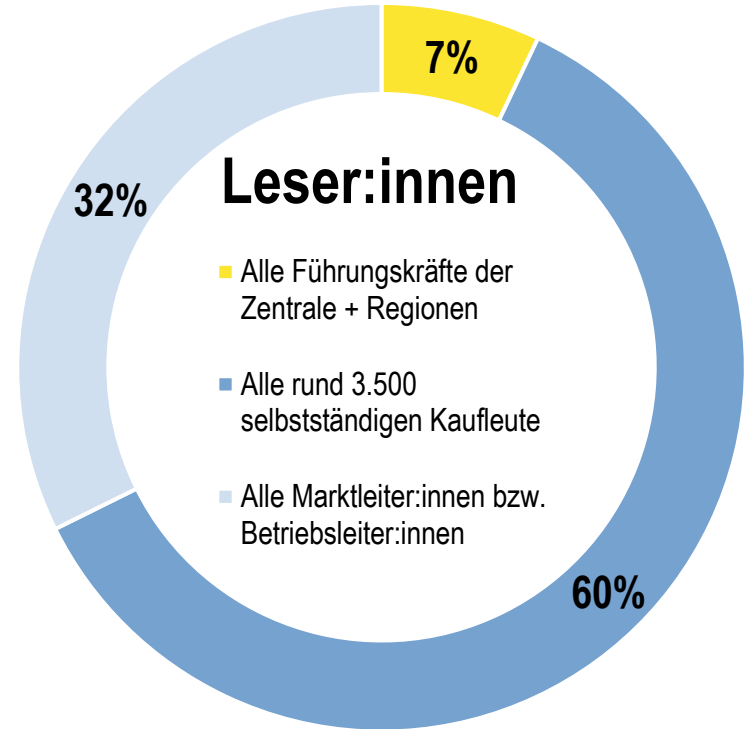
## Vertrieb

Im kostenpflichtigen Abonnement erhältlich (24 Ausgaben = 89,81 EUR)  
Kontakt: [nicole.haegele@edeka.de](mailto:nicole.haegele@edeka.de)





„Ich entscheide selbst, welche Produkte in meinen Regalen stehen – die handelsrundschau gibt mir hier wichtige Anregungen.“



14-täglich: 100% der Sortimentsentscheider:innen erreichen

## ➤ Unsere Top-Argumente – EDEKA handelsrundschau informiert

### 1. Wichtigstes Informationsmedium der EDEKA

Verglichen mit anderen Fachmedien des LEHs hat die EDEKA handelsrundschau die mit Abstand höchste Relevanz für den Berufsalltag! Andere Fachmedien werden deutlich weniger genutzt.\*

### 2. Anzeigen beeinflussen die Sortimentsgestaltung

Da die EDEKA-Kaufleute selbstständig über ihr Sortiment entscheiden, nutzen sie die EDEKA handelsrundschau als wichtige Arbeitsunterlage. Die beworbenen Produkte werden nachweislich vermehrt bestellt.

### 3. Ca. 80 % des deutschen SEHs erreichen

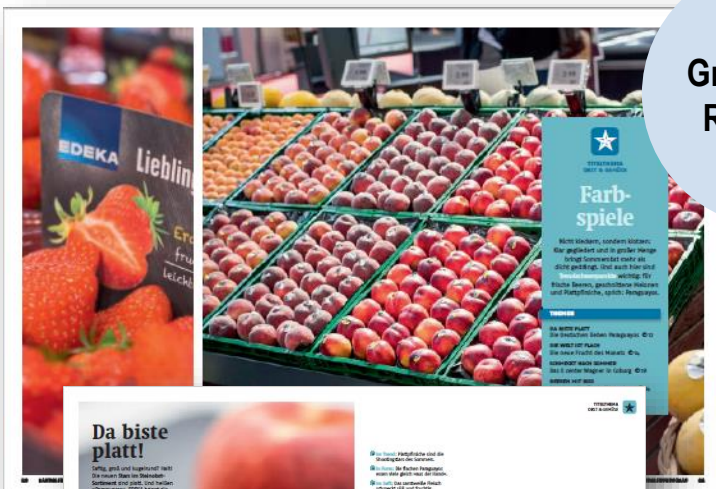
Mit der EDEKA handelsrundschau erreichen Sie alle 3.500 selbstständigen EDEKA-Kaufleute und deren Mitarbeiter:innen. Mit durchschnittlich 16,2 Leser:innen pro Ausgabe ergibt sich eine Reichweite von 169.889 Leser:innen.\*





## Große Fach-Redaktion

- Umsatz-Relevante Themen für die EDEKA-Kaufleute
- Opulent inszenierte Aufbereitung als hochwertiges Umfeld für Ihre Anzeige
- Themenplan 2023 siehe Charts 09 -10









- **Kaufleute lernen von einander**
- **Nah am Geschehen – Nah an Einzelhändler:innen**
- **Service-Journalismus nach der Devise: „News to use“**







HEFT	KW	EVT	SCHWERPUNKTTHEMEN*	VERANSTALTUNGEN	AS**/ DU***
1	1	05.01.	<b>Veggie &amp; vegan:</b> Pflanzliche Alternativen sind gefragt <b>WPR &amp; Hygiene:</b> Sauberer Start ins Jahr 		01.12.
2	3	19.01.	<b>Hobbyküche:</b> Selbst kochen mit frischen Zutaten <b>Babys &amp; Kleinkinder:</b> Das Richtige für den Nachwuchs 	Internationale Süßwarenmesse: 29.01.–01.02.2023	15.12.
3	5	02.02.	<b>Fitness &amp; Proteinfood:</b> Dem Körper etwas bieten <b>Medien:</b> Alle Zielgruppen erreichen 	Fruit Logistica: 08.02.–10.02.2023	05.01.
4	7	16.02.	<b>Brot &amp; Backwaren:</b> Sortimentskompetenz bindet Kund:innen <b>Beauty &amp; Naturkosmetik:</b> Natürlich schöne Umsätze  		19.01.
5	9	02.03.	<b>Obst &amp; Gemüse:</b> Frische Trends von der Fruit Logistica <b>Süßwaren &amp; Knabberwaren:</b> Leckere Snacks für zwischendurch 	BioFach: 14.02.–17.02.2023	02.02.
6	12	23.03.	<b>Nachhaltigkeit &amp; Verpackungen:</b> Verantwortungsvoll handeln <b>Alkoholfreie Getränke:</b> Durst hat hier keine Chance 	ProWein: 19.03.–21.03.2023	16.02.
7	14	06.04.	<b>Grillen:</b> Heißes Vergnügen für Jung und Alt <b>Bier:</b> Beliebte Durstlöcher dürfen nicht fehlen  		09.03.
8	17	27.04.	<b>Aufstriche &amp; Dips:</b> Die bringen noch mehr Geschmack ins Spiel <b>Ladenbau:</b> Sorgt für Atmosphäre und setzt die Ware in Szene 		23.03.
9	19	11.05.	<b>Frühstück:</b> Vielfalt für den Start in den Tag <b>Milch &amp; Alternativen:</b> Gut aufgestellt im Mopro-Regal 		12.04.
10	21	25.05.	<b>Spirituosen &amp; Cocktails:</b> Welche Drinks dürfen's sein? <b>Fleisch &amp; Wurst:</b> Qualität, Haltung und Herkunft im Fokus 		27.04.
11	24	15.06.	<b>Obst &amp; Gemüse:</b> Sommerliche Vielfalt <b>Tiefkühlkost:</b> Frische auf Vorrat, eiskalt kalkuliert 		11.05.
12	26	29.06.	<b>Regionalität &amp; Bio:</b> Viele kaufen bewusster ein <b>Alles fürs Tier:</b> Hunde, Katzen und Co. wollen verwöhnt werden  		01.06.

HEFT	KW	EVT	SCHWERPUNKTTHEMEN*		VERANSTALTUNGEN	AS**/ DU***
13	28	13.07.	EDEKA-Jahrestagung: Konzepte, Strategien, Perspektiven	Jahres- tagung 	EDEKA-Jahrestagung 23.06.–24.06.2023	15.06.
14	30	27.07.	Genusswelt: Von feinen Sachen verführen lassen Süße und pikante Snacks: Da greifen alle gern zu			29.06.
15	32	10.08.	Convenience & to go: Auf die Schnelle versorgt Mopro gelb: Käseverkauf verlangt Fachkompetenz			13.07.
16	34	24.08.	Fisch & Seafood: Sensibles Sortiment Beilagen: Pasta, Reis und Co. – nicht nur Nebensache			27.07.
17	36	07.09.	Wein & Sparkling: Gezielte Auswahl und Beratung zählen Ernährungstrends: Ausgewogen und lecker soll's sein			10.08.
18	38	21.09.	Obst & Gemüse: Was im Herbst auf den Tisch kommt Kassenzone und Tabakwaren: Hier stimmt die Flächenproduktivität		IAA Mobility: 05.09.–10.09.2023	24.08.
19	41	12.10.	Backen: Selbstgemachtes steht hoch im Kurs Festtage für den Handel: Gerüstet fürs Weihnachtsgeschäft	Weihnachts- ausgabe 		07.09.
20	43	26.10.	Heißgetränke: Anregung und Genuss für den ganzen Tag Mobilität & Logistik: Wie die Ware von A nach B kommt			21.09.
21	45	09.11.	Ländersortimente: Besondere Genüsse aus aller Welt Ladenbau: Anregendes Ambiente beflügelt die Kauflust			12.10.
22	47	23.11.	Obst & Gemüse: Willkommene Vitamine für die kalte Jahreszeit Wellness & OTC: Kleine Helferlein mit Wohlfühlfaktor			26.10.
23	49	07.12.	Forum „Ware & Vertrieb“: Zahlen, Fakten, Preisvergaben Pizza, Pasta und Co.: Garantierte Größen im Sortiment	Forum „Ware & Vertrieb“ 	Forum „Ware & Vertrieb“	09.11.
24	51	21.12.	Gastronomie im LEH: Kluge Konzepte kompetent umsetzen Frei-von-Sortiment: Für alle verträglich			23.11.

## ANZEIGENPREISE | FORMATE

### handelsrundschau

ANZEIGEN		BREITE x HÖHE IN MM		PREIS
Größe in Seitenteilen		Satzspiegel	Anschnitt*	in EUR
1/1		188 x 260	208 x 280	10.000,-
1/2	hoch	92 x 260	102 x 280	6.100,-
	quer	183 x 131	208 x 141	
1/3	hoch	61 x 260	71 x 280	4.100,-
	quer	183 x 93	208 x 103	
1/4	hoch	50 x 260	60 x 280	3.100,-
	quer	183 x 67	208 x 77	
	eck	89 x 144	99 x 154	
1/8	quer	183 x 46	208 x 56	1.850,-

#### PREMIUM-Platzierungen

Umschlag U4	13.000,-
Umschlag U2/U3	11.000,-
Erste Anzeige im Heftinnenteil, Seite 4, links, neben Inhaltsverzeichnis (1/1 Seite ohne Aufpreis)	10.000,-
2/1 (Doppelseite)	20.000,-

\*Beschnittzugabe 3mm, text- und bildwichtige Elemente müssen einen Abstand von 5mm zum Netto-Format/Beschnitt aufweisen. Die technischen Angaben finden Sie auf Seite 54–57 sowie unter [www.media.edeka.de](http://www.media.edeka.de).

#### RABATTE

Malstaffel		Mengenstaffel	
ab 3 Anzeigen	3 %	ab 2 Seiten	5 %
ab 5 Anzeigen	5 %	ab 5 Seiten	8 %
ab 8 Anzeigen	8 %	ab 8 Seiten	12 %
ab 12 Anzeigen	12 %	ab 12 Seiten	15 %
ab 18 Anzeigen	15 %	ab 15 Seiten	18 %
ab 24 Anzeigen	18 %	ab 16 Seiten	20 %



Werbung in der EDEKA handelsrundschau liefert mir wichtige Informationen zu Produktneuheiten und zu aktuellen Entwicklungen am Markt.



## REGIONALE ANZEIGEN | SONDERWERBEPFORMEN

1/1 SEITE REGIONALE ANZEIGE	
EDEKA-Region	Preis in EUR*
EDEKA Minden-Hannover	2.850,-
EDEKA Südwest	1.650,-
EDEKA Südbayern	1.500,-
EDEKA Nordbayern-Sachsen-Thüringen	1.200,-
EDEKA Rhein-Ruhr	1.200,-
EDEKA Nord	1.000,-
EDEKA Hessenring	600,-

Regionale Anzeigen sind nur im Vollformat 1/1 Seite möglich, AE-fähig und rabattfähig.  
 \*Zzgl. 350,- EUR technische Kosten für einen Plattenwechsel (nicht AE-fähig und nicht rabattfähig).



SONDERWERBEPFORMEN		PREIS IN EUR PER TSD.	
Belegen* 	bis 10 g		550,-
	bis 20 g		590,-
	bis 30 g		630,-
	bis 40 g		670,-
Backingcard**	bis 20 g		865,-
Einhefter***	4 Seiten		725,-
Beikleber**** 	z. B. Postkarten, Booklets bis 20 g		450,-
	Warenproben bis 10 g		425,-
Titel-Altarfalz (s. Seite 5)			24.500,-
Panoramaanzeige (s. Seite 5)			12.000,-
Half Cover (s. Seite 5) + U4			25.900,-
Gestaltung/Layout Advertorial*****	1/2 Seite		1.000,-
	1/1 Seite		1.500,-
	2/1 Seiten		2.500,-

AE-fähig, aber nicht rabattfähig. Die Anzahl an Sonderwerbepformen pro Heft ist begrenzt. EDEKA Media behält sich ein Schieberecht vor. Frühzeitige Reservierungen werden empfohlen.

- \* Höchstformat für Belegen 200 x 270 mm.
- \*\* 1-2 cm aus dem Heft herausstehend, Format: 200 x 295 mm.
- \*\*\* Höchstformat für Einhefter 416 x 280 mm + Beschnittzugabe.
- \*\*\*\* Basis ist eine 1/1 Trägerseite.
- \*\*\*\*\* Nicht AE-fähig und nicht rabattfähig, zzgl. Mediakosten.



## > „7 Fakten über ...“

Attraktives Umfeld zu Ihrer Anzeige? Kein Problem! Ohne Aufpreis bereiten wir sieben redaktionelle Fakten zu Ihrem Produkt auf. Ihre Anzeige wird direkt daneben platziert.

(Bitte rechtzeitig reservieren, da begehrte Platzierung!)

1/1 Seite U3\*

11.000,- EUR

\*AE- und rabattfähig.



Bsp. Deutsche See



Anzeige U3



Bitte rechtzeitig reservieren, da begehrte Platzierung.

# Think Big – Warenprobe an alle EDEKA-Kaufleute schicken!

➤ Big Bang – Warenprobe an alle EDEKA-Kaufleute schicken!

Preis für ein 300-g-Big-Bang* Auflage ca. 8.500 LEH	
	in EUR
Grundpreis 1/1 Seite U4	13.000,-
Mediakosten Big Bang**	8.500,-
Kundennetto	21.500,-
abzgl. 15 % AE	3.225,-
Agenturnetto	18.275,-
zzgl. Portomehrkosten***	5.500,-
zzgl. Handlingkosten*** 550,- EUR/Tsd.	4.675,-
Agenturnetto 2	28.450,-

\* Verarbeitungbedingt muss die U4 mitgebucht werden.  
Maße Big Bang: 280 x 210 x 43 mm. Das Big Bang inkl. aufgelegter handelsrundschau sollte eine Höhe von 50 mm nicht überschreiten.  
\*\* AE-fähig, aber nicht rabattfähig.  
\*\*\* Nicht rabattfähig oder AE-fähig. Portokosten sind gewichtsabhängig und werden nach Erscheinen individuell abgerechnet. Auflage LEH komplett ca. 8.500 Exemplare.

1.



Sie buchen die Ausgabe bei uns.

2.



Sie liefern die fertig konfektionierte Warenprobe bei uns an.

3.



Bsp. Procter & Gamble

Wir erledigen den Rest:  
Ihre Warenprobe wird mit der handelsrundschau eingeschweißt und versendet.





# Coupon- oder Regalblock – Abverkäufe erhöhen!

Fördern Sie den Abverkauf Ihrer Produkte und das in jedem EDEKA-Markt in Deutschland!

In Verbindung mit einer Anzeige auf der 4. Umschlagsseite wird das Werbemittel zusammen mit der EDEKA handelsrundschau konfektioniert und verschickt.

## > Couponblöcke und Regalwobbler

TOP-Seller



Ihre Anzeige (U4)  
+ Couponblock

Bsp. Nestlé Purina

(Bitte rechtzeitig reservieren, da begehrte Platzierung!)

Preis für einen 50-g-Couponblock  
Ca. 10.500 Expl. (Gesamtauflage)

	in EUR
Grundpreis 1/1 Seite U4	13.000,-
Mediakosten Couponblock*	7.000,-
Kundennetto	20.000,-
abzgl. 15 % AE	3.000,-
Agenturnetto	17.000,-
zzgl. Konfektionierung**	525,-
Agenturnetto 2	17.525,-

\* AE-fähig, aber nicht rabattfähig.

\*\* Nicht AE- und rabattfähig; 50 EUR/Tsd.

# Advertorial – Wie gestalten Ihre Anzeige!

## Anzeige mit redaktioneller Anmutung:

Durch eine betont redaktionelle Gestaltung gewinnt Ihr Auftritt an Leserinteresse und Aufmerksamkeit. So erreichen Sie auch ohne aktuelle Printkampagne die TOP-Entscheider:innen im EDEKA-Verbund. Die Gestaltung Ihres Advertorials übernimmt gerne unsere Agentur für Sie.

### Gestaltungs-Kosten für ein Advertorial\*

Format	in EUR
2/1 Seite	2.500,-
1/1 Seite	1.500,-
1/2 Seite	1.000,-

Gestaltungskosten sind nicht rabattfähig oder AE-fähig.

**Voll im Trend: TK-Pizza und -Snacks**

Selbst- Pizza schmeckt weiterhin viele Erfolgsgeschichte im deutschen Handel. Dies zeigt sich in den Verkaufszahlen von TK-Pizza und -Snacks, die in den vergangenen Jahren stetig anwachsen und sich weiterentwickeln.

**K**onstant wachsende Verkaufszahlen für TK-Pizza (1) (2) in einem stetigen Tempo. Die TK-Pizza ist ein großer Bestandteil der TK-Produkte und wird von den Konsumenten für ihre hohe Flexibilität und schnelle Zubereitung geschätzt. Die TK-Pizza ist ein beliebtes Produkt für Familien, Paare und auch für Singles, die in den Nachmittagsstunden einen schnellen und leckeren Snack suchen.

**NEUE ANWENDE IN DEN TK-PRODUKTEN**

TK-Pizza wird zunehmend in TK-Produkten wie TK-Pizza, TK-Pizza und TK-Pizza verwendet. Dies zeigt die Flexibilität der TK-Produkte und ihre hohe Flexibilität. Die TK-Pizza ist ein beliebtes Produkt für Familien, Paare und auch für Singles, die in den Nachmittagsstunden einen schnellen und leckeren Snack suchen.

**NEUHEITEN IN DEN TK-PRODUKTEN**

TK-Pizza wird zunehmend in TK-Produkten wie TK-Pizza, TK-Pizza und TK-Pizza verwendet. Dies zeigt die Flexibilität der TK-Produkte und ihre hohe Flexibilität. Die TK-Pizza ist ein beliebtes Produkt für Familien, Paare und auch für Singles, die in den Nachmittagsstunden einen schnellen und leckeren Snack suchen.

1/1 Seite Nestlé Wagner

### Beispielrechnung für eine 1/1 Seite Advertorial in der EDEKA handelsrundschau

Angaben in EUR

1/1 Seite Promotion	10.000,00
abzgl. AE (15 %)	1.500,00
Agentur Brutto	8.500,00
zzgl. Gestaltung 1/1 Seite	1.500,00
Agentur Netto	10.000,00

## handelsrundschau

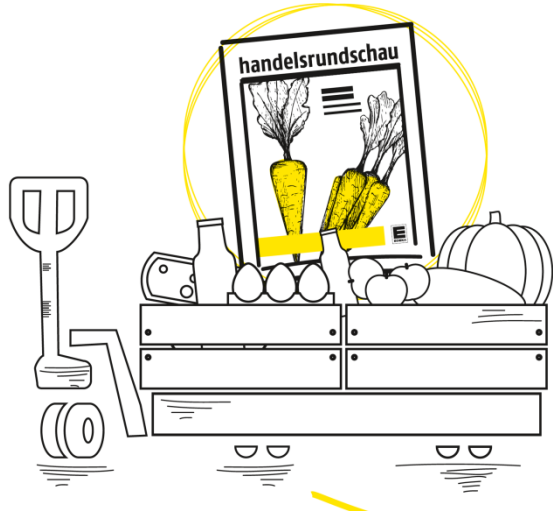
HEFTFORMAT	208 × 280 mm, Anschnitt: 3 mm, Drahtheftung
DRUCKVERFAHREN	Offset nach PSO/Prozess-Standard-Offsetdruck (ISO 12647-2)
FARBEN	Eurokala, Sonderfarben nicht zulässig
DATEN	Vorzugsweise PDF-X3- oder PDF-X4-Daten Ausschließlich CMYK, keine Sonderfarben Farbprofil: PSO Coated v3 Offene Dateien auf Anfrage
PROOF	Verbindliches Proof für Farbe und Inhalt konform Prozess-Standard-Offsetdruck PSO, mit Ugra/FOGRA CMYK Medienkeil V3.0 Grundsätzlich 1:1 im Druckformat Bei Schwarz-Weiß-Daten Ausdruck mitsenden
DATENLIEFERUNG	CD-ROM, DVD, FTP, E-Mail
BILDAUFLÖSUNG	Bildaten 300 dpi
ANZEIGENDRUCK- UNTERLAGENLIEFERUNG	Zusendung nur mit exakter Dateibezeichnung für handelsrundschau-Nr., Absender und Telefon-Nr. an: Nadine Strehler, Telefon: 040 6377-2153 E-Mail: nadine.strehler@edeka.de oder an die EDEKA-Media-Adresse, s. Angaben EDEKA Media allgemein



# Ein rundes Paket! Das EDEKA Verlagsportfolio

## Reinverkauf

Alle EDEKA-Kaufleute erreichen



## Einzelhandel



## Rausverkauf

> 27 Mio. Kunden pro Jahr erreichen



\* Netto Marken-Discount

## Vor Ort

### **Verlagsvertretung 1, 2, 3a und Ausland**

Marc Hoffmann

Tel: 040 530 22 644

Fax: 040 21 99 60 -35

Mobil: 0176 95 151 22

[marc.hoffmann@edeka.de](mailto:marc.hoffmann@edeka.de)

Jörg Wikelski

Tel: 040/ 530 22 607

Mobil: 0172 886 77 67

[Joerg.Wikelski@edeka.de](mailto:Joerg.Wikelski@edeka.de)

### **Verlagsvertretung Nielsen 3a, 3b, 4, 5, 6 +7**

Guido Nadler

Tel: 06196 5255 -690

Fax: 06196 5255 -691

Mobil: 0176 99915050

[guido.nadler@edeka.de](mailto:guido.nadler@edeka.de)

## Im Verlag

EDEKA Media GmbH

New-York-Ring 6

22297 Hamburg

### **Kfm. Verlags- und Anzeigenleiter**

Fabian Wolff

[fabian.wolff@edeka.de](mailto:fabian.wolff@edeka.de)

### **Objektmanagerin**

Nadine Strehler

Tel: 040/ 63 77 -21 53

Fax: 040/ 6377 -43660

[nadine.strehler@edeka.de](mailto:nadine.strehler@edeka.de)