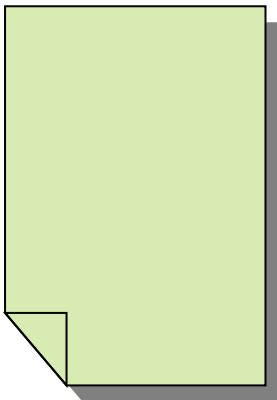


Möglichkeiten für aufmerksamkeitsstarke Werbung

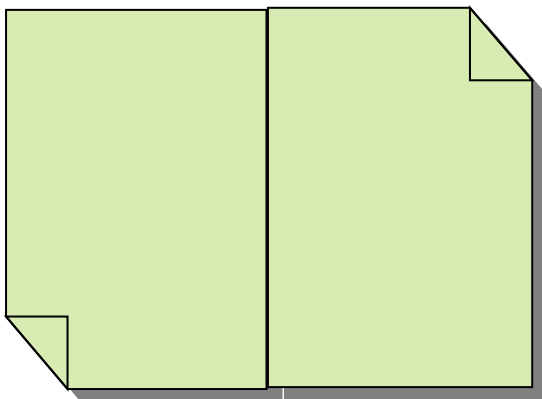
2-seitiger Beihefter an prägnanter Stelle in der Zeitschrift

- Sie liefern die komplett gefalzten , aber unbeschnittenen Beihefter bei uns an
- Größe/Schnittmarken müssen auf DIN A4 angelegt sein
- 3 mm Fräsrand im Bund
- Schnittmarken: 8 mm Kopfbeschnitt (verbindlich); 20 mm Fußbeschnitt, 17 mm Beschnitt an der Außenseite
- Papiergrammatur darf 150 g/qm nicht überschreiten
- Kosten für eine Beihefterwerbung: 350,00 € pro Tsd (Gesamtpreis nach Auflage)
- Anlieferung der Beihefter bitte in Kartons handlich verpackt



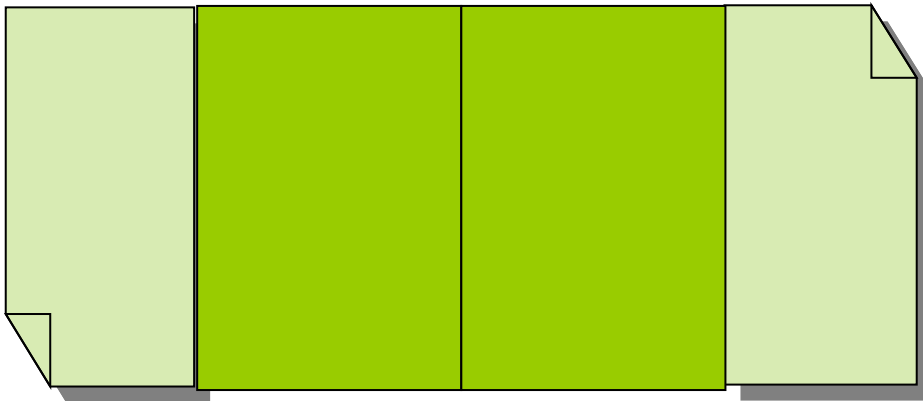
Beihefter 4-Seiter an prägnanter Stelle in der Zeitschrift

- Sie liefern die komplett gefalzten , aber unbeschnittenen Beihefter bei uns an
- Größe/Schnittmarken müssen auf DIN A4 angelegt sein
- 3 mm Fräsrand im Bund
- Schnittmarken: 8 mm Kopfbeschnitt (verbindlich); 20 mm Fußbeschnitt, 17 mm Beschnitt an den übrigen Rändern
- Papiergrammatur darf 150 g/qm nicht überschreiten
- Kosten für eine Beihefterwerbung: 450,00 € pro Tsd (Gesamtpreis nach Auflage)
- Anlieferung der Beihefter bitte in Kartons handlich verpackt



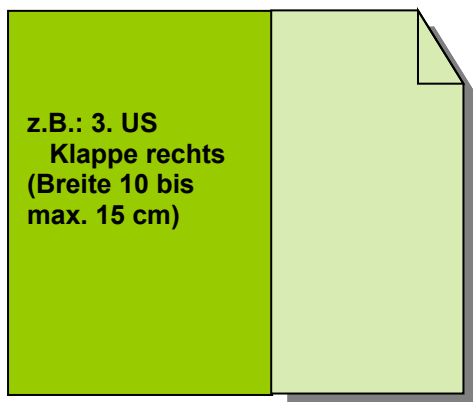
Beihefter 8-Seiten Altarfalz in der Mitte der Zeitschrift

- Sie liefern die komplett gefalzten, aber unbeschnittenen Beihefter bei uns an
- Größe/Schnittmarken müssen in der Höhe auf DIN A4 angelegt sein; die Breite muss mind. 4 mm geringer als das Standardformat sein, um ohne Schnittfehler inside zu bleiben (206 x 297 mm)
- ggf. Farbüberlauf 4 mm
- 3 mm Fräsrand im Bund
- Beschnittzugaben: 8 mm Kopfbeschnitt (verbindlich); 20 mm Fußbeschnitt (mind.)
- Klappe = bis max. 150 mm breit
- Papiergrammatur darf 135 g/qm nicht überschreiten
- Kosten für eine Beihefterwerbung: 550,00 € pro Tsd (Gesamtpreis nach Auflage)
- Anlieferung der Beihefter bitte in Kartons handlich verpackt



2. oder 3. US mit Klappe

- d.h. 3 Seitenteile, wovon einer DIN A4 groß ist und zwei schmaler und umgeklappt
- bedruckt werden mit Ihrer Werbung die jeweilige US (innen also) sowie die Klappe beidseitig



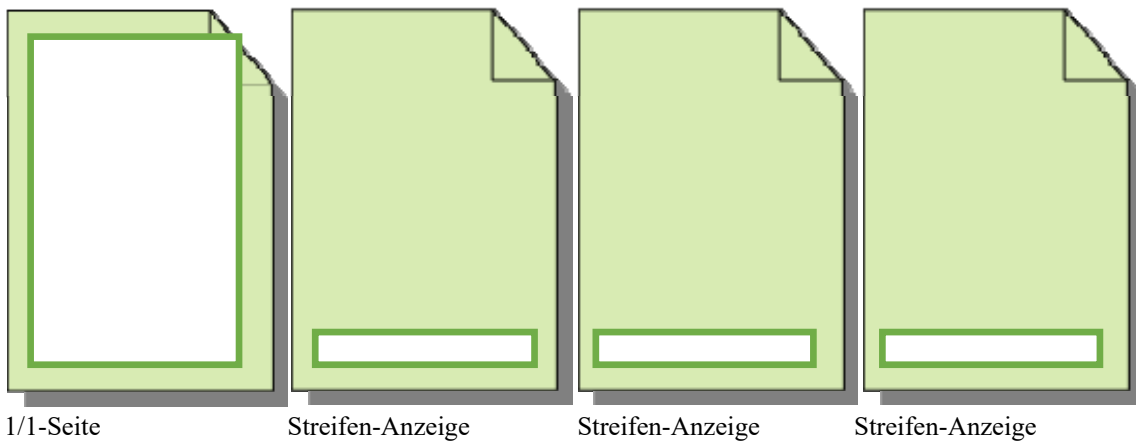
- Sie liefern die Druckvorlagen für die gesamte Fläche
- 3 Seitenteile (US / Klappe innen / Klappe außen)
- US = 210 x 297 (zzgl. Beschnittzugabe 4 mm) – bei durchgängigen Motiven bitte Falzmarke bei 210 mm vom Bund ausgehend setzen
- Klappe innen = 100 (bis maximal 150) mm breit, 297 mm hoch (zzgl. Beschnittzugaben)
- Klappe außen = adäquat innen
- Kosten für diese Sonderwerbeform: 3.800,00 € (ggf. abzgl. Ihrer Rabatte)

„Ab durch die Mitte ☺“

- Doppelseite gegenüberliegend
- Kosten: 3.600,00

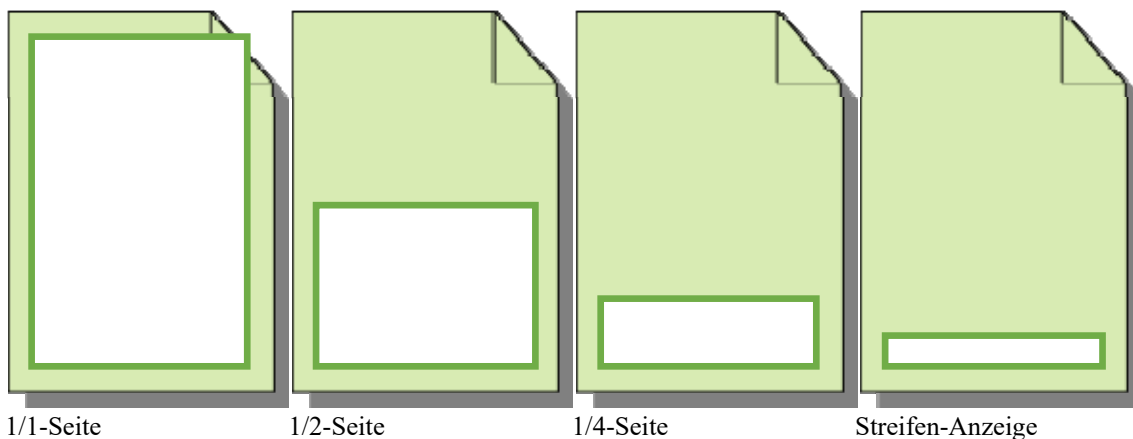
Anzeige mit Follow-Up-Streifen

- Eine ganzseitige Anzeige auf einer rechten Seite, auf die drei Streifen-Anzeigen im selben Heft folgen
- Die ganzseitige Anzeige enthält im Fußbereich einen Teil, der in den darauffolgenden Streifen wiederkehrend ist („lebende Kolumne“)
- Format ganze Seite = 210 x 297 mm (Breite x Höhe) zzgl. 4 mm Beschnittzugabe ringsherum außerhalb der Schnittmarken
- Streifen-Anzeige: 179 x 20 mm (Breite x Höhe)
- Kosten für diese Sonderwerbeform: 3.500,00 € (ggf. abzgl. Ihrer Rabatte)



Anzeige mit Follow-Up-Präsenz

- Eine ganzseitige Anzeige auf einer rechten Seite, auf die weitere Anzeigen in den Größen 1/2 Seite, 1/4 Seite und Streifen-Anzeige im selben Heft folgen
- Platzierung der Anzeigen in loser Folge oder auf jeder x-bestimmten Seite (Platzierungsvorschrift)
- Kosten für diese Sonderwerbeform: 4.700,00 € (4.900,00 € mit Platzierungsvorschrift), ggf. abzgl. Ihrer Rabatte



*„Wer ein Thema nicht nur anticken, sondern vertiefen will, der setzt auf die Fachpresse und ihre Medien ... Die wirklich guten bewerten und kommentieren – und stützen so den Entscheidungsprozess der Leser.“
(Ralf Jaeckel)*

„Die Netzwerkstruktur ist in der B-to-B-Werbung homogener als im Publikumsbereich – insofern ist eine bessere Potenzialaktivierung möglich.“ (David Eicher, Robert & Horst Gruppe, München)

*„Um dem Desinteresse an Werbung entgegenzusteuern, heißt es deshalb auch für die Business-Kommunikation: Man muss zum Thema werden, Bekanntheit und Sympathie schaffen.“
(David Eicher, Robert & Horst Gruppe, München)*

*„Die Erfahrung zeigt, dass Sonderwerbeformen noch höhere Erinnerungswerte als normale Anzeigen erzielen. Sie sind in hohem Maße geeignet, zusätzliche vertiefende Botschaften zu senden.“
(John-Thomas Siehoff, Charles Coleman Verlag, Köln)*