



News

 [Druckversion](#)

News

- [Belgien: Roularta Media Group an erster Stelle bei Führungskräften](#)
 - [Belgien: Roularta Media Group mit neuem Medizintitel HealthCare Magazine](#)
 - [Dänemark: Neues Werbeformat buchbar in den Tageszeitungen Berlingske und BT](#)
 - [Dänemark: Berlingske Business Magazine weiterhin führend](#)
 - [Frankreich: Neues Lifestylemagazin Madame Figaro French Inspiration](#)
 - [Frankreich: Le Figaro Economie wird 100% bimedial](#)
 - [Japan: Nikkei Asian Review steigert Auflage auf 25.000 Exemplare](#)
 - [Niederlande: Elsevier Juist erreicht monatlich 52.000 wohlhabende Leser](#)
 - [Norwegen: Nächste KK Living erscheint am 17. August](#)
 - [Schweden: Nächste Ausgabe von DV Mode am 08. September](#)
 - [Schweiz: annabelle – Trendheft Herbst/Winter am 5. August](#)
 - [Digital – Dänemark: Neue Advertorial-Packages buchbar auf bt.dk](#)
 - [Digital – Schweden: svd.se zeigt sich runderneuert](#)
 - [Digital – Schweiz: Fitness-Channel von 20 Minuten ist äußerst beliebt](#)
 - [Digital – UK: Neue Werbemöglichkeiten im Telegraph Travel Newsletter](#)
-
- [Belgien: Roularta Media Group an erster Stelle bei Führungskräften](#)

Die jüngste TNS Media-Studie zu Führungskräften bestätigt die Position des Verlags **Roularta Media Group** als die **Nummer 1 unter Führungskräften** in Belgien. Als **Marke** erreichen die Printtitel der Gruppe **über 97.000 Führungskräfte** und damit **mehr als 50%** aller Führungskräfte in Belgien. Fundiert, höchst aktuell und kritisch erfüllen die Titel der Gruppe effizient den Informationsbedarf von Unternehmern, CEOs und leitenden Angestellten. Eine besonders hohe Reichweite in der Zielgruppe haben dabei die nationalen Nachrichtenmagazine **Le Vif/L'Express** und **Knack** mit über 49.000 Lesern und einer **Reichweite von 26%** (Print und Digital). Im Bereich Wirtschaft/Finanzen erreicht **Trends** bzw. **Trends-Tendances 22%** der Führungskräfte im Land. Auch im Lifestylesektor glänzt der Verlag mit einer Reichweite von **21%** bei Führungskräften mit seinem Magazin **Le Vif Weekend** bzw. **Knack Weekend** (TNS Executives Survey 2015).

[Mehr Infos](#)



News

- [Newsarchiv](#)
- [Newsletter bestellen/abbestellen](#)

Roularta Media 
Attention guaranteed.

■ Belgien: Roularta Media Group mit neuem Medizintitel HealthCare Magazine

Mit dem **HealthCare Magazine** baut Roularta Media sein Portfolio der **medizinischen Fachtitel** weiter aus. Das Magazin ist **führend** unter den medizinischen Fachtiteln in Belgien und wird mit einer **Auflage von 5.100 Exemplaren** produziert (Verlagsangabe). Die Verteilung erfolgt an **Manager und Entscheidungsträger** in Krankenhäusern und in weiteren Sparten des Gesundheitswesens. Jede Ausgabe widmet sich einem bestimmten Thema aus dem **Krankenhaus- und Gesundheitsbereich** und informiert die Leser in vier festen Rubriken über aktuelle Initiativen ihrer Kollegen in diesem Sektor. Zusätzliche Werbemöglichkeiten bieten der **digitale Auftritt healthcaremagazine.be** und ein im zweiwöchigen Rhythmus erscheinender **Newsletter** mit den aktuellsten Neuigkeiten der Branche.

[Mehr Infos](#)



■ Dänemark: Neues Werbeformat buchbar in den Tageszeitungen Berlingske und BT

Berlingske Media offeriert Anzeigenkunden ein **neues, innovatives Werbeformat** für Schaltungen in den **Tageszeitungen Berlingske und BT**. In Form eines „**Post-It**“ auf der **1. Seite** garantiert die Anzeige **höchste Reichweite und Aufmerksamkeit**. Mit zahlreichen **individuellen Gestaltungsmöglichkeiten** und **Zusatzoptionen** wie z.B. einem **Duftpunkt** kann das Design des Post-Its optimal an die gewünschte Werbeaussage angepasst werden und verspricht **hohe Werbewirksamkeit**. Ideal ist das Format mit der Positionierung auf der 1. Seite für jede auf **Call to Action** ausgerichtete Anzeige. Zur Einführung des neuen Werbeformats bietet der Verlag einen **Sonderpreis** von Juni bis August. **Berlingske** erreicht wochentags 181.000 Leser und 208.000 Leser am Sonntag und zählt zu den **führenden Titeln** vor allem im Bereich der Wirtschaft. Die familienorientierte Tageszeitung **BT** informiert und unterhält wochentags 150.000 und am Sonntag 178.000 Leser (TNS Gallup 4. Q 2014 + 1. Q 2015).

[Mehr Infos](#)

**BERLINGSKE
MEDIA**

■ Dänemark: Berlingske Business Magazine weiterhin führend

Die letzten Zahlen der Reichweitenstudie von TNS Gallup bestätigen erneut die **führende Rolle** des **Berlingske Business Magazine** unter den **Wirtschaftsmagazinen** in Dänemark. Durchschnittlich **245.000** anspruchsvolle **Geschäftsleute** (TNS Gallup 4. Q 2014 + 1. Q 2015) erreicht die Beilage der Tageszeitung Berlingske mit einer Auflage von **108.000 Exemplaren** (Verlagsangabe) und damit **deutlich mehr als die Mitbewerber**. Jeden Monat zeigt **Berlingske Business Magazine** führende und aufstrebende Unternehmen der dänischen Wirtschaft, präsentiert Insiderberichte und analysiert Wirtschaftsthemen auf politischer und auf ökonomischer Ebene. In der **Ausgabe am 28. August** widmet sich das Magazin in einem großen **Guide** Fragen und Informationen rund um den **MBA Abschluss**. Ein weiteres Schwerpunktthema ist ein umfassender **Report** zu **hochwertigen Firmenwagen**, unter anderem mit der Vorstellung verschiedener Marken. Anzeigenschluss für diese Ausgabe ist der **07. August**.

[Mehr Infos](#)



■ Frankreich: Neues Lifestylemagazin Madame Figaro French Inspiration

Mit einer Erstaufgabe von 70.000 Exemplaren hat die **Groupe Figaro** im Mai ein **neues Lifestylemagazin** in **englischer Sprache** gelauncht. Auf **über 140 Seiten** berichtet Madame Figaro French Inspiration mit dem bewährten Know-how von Madame Figaro aus den Bereichen **Mode, Beauty, Luxus** und **Kultur** und versteht sich als **exklusiver und inspirierender Guide** für die **französische Lebensart**. Das Magazin richtet sich an **internationale, shopping-liebende und luxurorientierte Gäste**. Die Verteilung erfolgt an **ausgewählten** und im besonderen Maße **auf die Zielgruppe zugeschnittenen Punkten** und umfasst Luxushotels, VIP-Lounges, Spas, Luxusimmobilienagenturen etc. vor allem in den Regionen **Paris und Côte d'Azur**. Madame Figaro French Inspiration erscheint **zweimal jährlich** als Hochglanzausgabe im Frühjahr und Herbst zu hochklassigen französischen Events von internationalem Rang. Aufgrund des erfolgreichen Starts wird die **zweite Ausgabe – Luxury Issue – Ende September** zur **Paris Fashion Week** bereits mit einer **gesteigerten Auflage** von ca. **100.000 Exemplaren** erscheinen.

[Mehr Infos](#)



■ Frankreich: Le Figaro Economie wird 100% bimedial

Zum 30. Geburtstag **relauncht** Le Figaro das lachsfarbene Wirtschaftsbuch **Le Figaro Economie** und verstärkt die **umfangreiche Verknüpfung der Print- und Onlineinhalte**. Eine stärkere Akzentuierung der Inhalte und neue redaktionelle Kommentare gehen einher mit weiteren **Hintergrundinformationen** z.B. im Q & A Format oder als Faktencheck auf der digitalen Präsenz lefigaro.fr/economie. Die digital bereits etablierte **Rubrik Tech & Web** wird ergänzt durch einen **thematischen Newsletter** sowie neu **auch in der Printausgabe** (Mo-Fr) integriert. Das Back Cover von Le Figaro Economie ist zukünftig zu 100% (Mo-Fr) der Rubrik **Médias et Publicité** gewidmet, welche als neue Rubrik auch digital eingeführt wird. Weitere Neuerungen sind unter anderem eine zusätzliche Börsenanalyse in der Samstagsausgabe sowie ein Video-Interview und eine **Immobilienrubrik** auf lefigaro.fr/economie. Die **Printausgabe** der Qualitätstageszeitung Nummer 1 **Le Figaro** erreicht in Frankreich eine **verkaufte Auflage** von **314.312 Exemplaren täglich** (OJD 2014). Die digitale Präsenz lefigaro.fr/economie verzeichnet 2,4 Mio. Unique Visitors pro Monat (Verlagsangabe).

[Mehr Infos](#)



■ **Japan: Nikkei Asian Review steigert Auflage auf 25.000 Exemplare**

Nikkei Asian Review bleibt weiter in der Erfolgsspur. Seit dem Launch 2013 hat der multimediale Titel seine **Auflage** um mehr als 60% auf **25.000 Exemplare** pro Woche **steigern** können. **Nikkei Asian Review** ist weltweit die **einzige englischsprachige Publikation mit globaler Reichweite**, die aus **asiatischer Perspektive** über die panasiatische Wirtschaft berichtet. Das Angebot ist als **wöchentliches Printmagazin, online** auf asia.nikkei.com sowie auf **Smartphone** und **Tablet** erhältlich und richtet sich an **einflussreiche Führungskräfte** aus der Wirtschaft. Ende **Oktober 2015** erweitert Nikkei Asian Review das Angebot und bringt **erstmalig** ein **Supplement** zum Thema **Luxusuhren** heraus. Das **Watch Special** erscheint zusammen mit der Hauptauflage und trägt der **wachsenden Nachfrage** nach Luxusuhren in den asiatischen Regionen Rechnung. In **Zusammenarbeit** mit den **Experten** von **Chronos Japan** stellt das Watch Special aktuelle Trends ebenso wie Markenhighlights vor. Das Supplement wird begleitet durch eine **App-Version** und **Landing Page** auf asia.nikkei.com und bietet im Print wie auch online interessante Werbemöglichkeiten.



[Mehr Infos](#)

■ **Niederlande: Elsevier Juist erreicht monatlich 52.000 wohlhabende Leser**

Erstmals ist das **Lifestylemagazin Elsevier Juist** des niederländischen Verlagshauses Elsevier Media **mit starken Ergebnissen** in der **NOM-Leserschaftsstudie** vertreten. **52.000** überwiegend **hochgebildete und einkommensstarke Leser** erreicht das Magazin monatlich, **65% der Leser** zählen zu den **sozialen Klassen W1 und W2**. Elsevier Juist wird geschätzt bei **Lesern aller Altersklassen** – von **Männern und Frauen gleichermaßen** – und **deutlich überdurchschnittlich** besonders in der **Altersgruppe 35 – 49** (NOM Print Monitor 2014-I 2014-II). Elsevier Juist erscheint monatlich in hochwertiger Aufmachung mit **22.691 verbreiteten Exemplaren** (HOI 2014) und liefert ergänzend zu Elsevier - dem wöchentlichen Nachrichtenmagazin des Verlags - **umfassende Hintergrundberichte** zu den Themen Lifestyle, Kultur, Wirtschaft und Wissen.



[Mehr Infos](#)

■ Norwegen: Nächste KK Living erscheint am 17. August

KK Living, die **Interiorzeitschrift** des **Lifestylemagazins KK** in Norwegen, inspiriert die vornehmlich weibliche Leserschaft jeden Monat neu mit Reportagen und Anregungen zu **Dekoration und Gestaltung** des eigenen Heims. **100 neue Ideen** in jeder Ausgabe, eine Rubrik zu Leserfragen sowie Beiträge zu den Themen Mode, Gourmet und Beauty ergänzen das redaktionelle Angebot. Der persönliche und praktische Ansatz des Magazins begeistert seit dem **Launch 2012** eine **stetig steigende Leserschaft**. Derzeit erreicht der Titel pro Ausgabe **62.000 Leser mit überdurchschnittlich großem Interesse** am Thema **Inneneinrichtung** (TNS Gallup MU 2015/1). Die verkaufte **Auflage** beträgt **28.455 Exemplare** (MBL 2014). Acht Ausgaben von **KK Living** erscheinen in 2015 und sind jeweils 7 Wochen am Kiosk präsent. Anzeigenschluss für die **Augustausgabe** ist der **17. Juli**.

[Mehr Infos](#)



■ Schweden: Nächste Ausgabe von DV Mode am 08. September

In der nächsten Ausgabe am **08. September** stellt **DV Mode** die neuesten **internationalen Modekollektionen** für den kommenden Herbst/Winter vor. **DV Mode** ist die **hochwertige Special Edition** der schwedischen Frauenzeitschrift **Damernas Värld** und widmet sich ganz dem Thema Fashion und Beauty. Die umfangreich gestalteten **Beauty-Seiten** zeigen Make Up Trends und Looks von den internationalen Laufstegen. Weitere Berichte präsentieren Neuigkeiten und Trends aus der **Herrenmode, Accessoires** und **Schmuck**. DV Mode richtet sich an **junge, urbane, trendbewusste Frauen** und ist journalistisch anspruchsvoll und international ausgerichtet. Der Titel erscheint zweimal jährlich mit einer Auflage von **40.000 Exemplaren** und erreicht **45.000 Leserinnen und Leser** (Orvesto Konsument 2014-2). Anzeigenschluss für die Herbstausgabe ist am **31.07.2015**.

[Mehr Infos](#)



■ Schweiz: annabelle – Trendheft Herbst/Winter am 5. August

Am **5. August** gibt **annabelle** wieder das **große Trendheft** heraus. In einem umfangreichen Spezial stellt die **Schweizer Frauenzeitschrift** darin die **kommende Herbst- und Wintermode** von den internationalen Fashion Shows vor. Außerdem gibt es wie immer spannende Reportagen, Beauty-Tipps, Gourmettrends und vieles mehr. Die besondere Ausgabe von **annabelle** rund um das **Thema Mode** wird zweimal jährlich – im Februar und im August – publiziert. **annabelle** erreicht laut der neuesten Ausgabe der MACH Basic-Studie **222.000 gebildete und einkommensstarke Leserinnen und Leser** (MACH Basic 2015-1). **annabelle** erscheint alle zwei Wochen und hat eine **verkaufte Auflage** von **53.144 Exemplaren** (WEMF 2014). Anzeigenschluss ist am **8. Juli**.

[Mehr Infos](#)



■ Digital – Dänemark: Neue Advertorial-Packages buchbar auf bt.dk

Berlingske Media bietet ein neues **umfangreiches Werbepaket** für **Advertorials** auf bt.dk, der Website der **Tageszeitung BT**, an. Eine **Landing Page, inhaltlich vorgegeben** durch den **Anzeigenkunden, gestaltet im BT Layout und abgenommen** durch den Kunden, bildet das Kernstück des Pakets. Über einen **Teaser Banner** auf bt.dk führt die Website den User auf die Landing Page. Für ein Budget von z.B. DKR. 700.000 beinhaltet das Paket die Umsetzung von **max. 12 Artikeln pro Monat** mit Bereitstellung durch den Anzeigenkunden und visuelle Umsetzung durch Berlingske. Zusätzlich produziert Berlingske bei diesem Umfang **24 weitere Artikel** und bietet innerhalb des Berlingske Portfolios die Möglichkeit einer **Retargeting Kampagne**. Je nach Kundenbudget passt **Berlingske den Paketumfang gerne individuell** an. bt.dk verzeichnet monatlich **über 114 Mio. Impressions** und fast **2 Mio. User** (Desktop, Tablet + Mobile, FDIM April 2015).

[Mehr Infos](#)



■ Digital – Schweden: svd.se zeigt sich runderneuert

Die **Nachrichtenseite svd.se** der Qualitätstageszeitung **Svenska Dagbladet** wurde **komplett überarbeitet** und präsentiert sich jetzt mit einem **klarerer Layout** und benutzerfreundlicher durch eine **einfachere Navigation**. Als Eintrittshub zum gesamten Informationsangebot des Verlags bietet svd.se umfassende Berichte und fundierte Hintergrundinformationen sowie **neue Premium-Angebote** für registrierte Nutzer. Das **neue Design** steigert das Nutzererlebnis und ist **optimiert für alle Plattformen** – ob Computer, Smartphone oder Tablet. Mit der Neugestaltung der Website wurden auch die Werbemöglichkeiten neu strukturiert: **Vier Anzeigenformate** (Panorama, Integrated Panorama, Insider Sticky und Insider Sticky 2) sind buchbar, mit verbesserter Sichtbarkeit im klareren redaktionellen Umfeld und **hoher Inscreen-Quote**. Auch die Einbettung von Videos ist möglich. Der digitale Auftritt svd.se erreicht **wöchentlich über 2,1 Mio. Nettokontakte** (Kia Index Mai 2015).

[Mehr Infos](#)



■ Digital – Schweiz: Fitness-Channel von 20 Minuten ist äußerst beliebt

Der im Oktober 2014 lancierte **Fitness-Channel 20min.ch/fitness** erreicht im Durchschnitt **1,84 Mio. Visits** (Netmetrix Audit) pro Monat und erfreut sich damit weiterhin großer Beliebtheit. Tagesaktuelle und kurzweilige Beiträge rund um die Themen Training, Ernährung, sportliche Gadgets und Mode werden ergänzt durch Kolumnen und Experten-Tipps. **Crossmedial** wird das Thema in der Zeitung alle zwei Wochen auf einer eigenen Seite behandelt. Zahlreiche Werbeformen bieten Anzeigenkunden eine **ideale Plattform** um die wachsende Anzahl der **fitnessbegeisterten Schweizer** zu erreichen. Effektive medienübergreifende Werbeangebote finden Werbekunden auch zum Thema **Reisen** in der Printzeitung, auf der Site 20min.ch/leben/reisen und im Mobile-Angebot der Zeitung. Seit zwei Jahren informiert die **Reisewelt** von 20 Minuten informativ, unterhaltsam und interaktiv rund um das Thema und generiert **über 900.000 Visits** (Netmetrix Audit).

[Mehr Infos](#)



■ Digital – UK: Neue Werbemöglichkeiten im Telegraph Travel Newsletter

The Telegraph bietet Kunden aus dem **Reisesegment** eine neue, effektive und kostengünstige **Werbemöglichkeit mit hoher Reichweite** in Form eines **Commercial only Brokered Newsletter**. In diesem Newsletter werden **ausschließlich Kundenangebote** präsentiert, vier verschiedene Platzierungsmöglichkeiten sind buchbar. The Telegraph versendet den Newsletter **alle zwei Wochen** freitags an die umfangreiche Datenbank von The Telegraph mit derzeit **428.000 Empfängern** (Verlagsangabe). Mit einer Einschaltung erreichen Sie ein sehr **reiseaffines und kaufkräftiges Publikum** – 53% verreisen in der Regel 6 mal pro Jahr oder öfter. **Weitere** interessante **Werbemöglichkeiten** im Themenbereich Reise bieten auch die Websites telegraph.co.uk bzw. telegraph.co.uk/travel, sowie der Reiseteil der Zeitungen und das Hochglanzmagazin **Ultratravel**.

[Mehr Infos](#)

