



News

 [Druckversion](#)

- [Belgien: Neueste CIM-Studie bestätigt die Stärke der Roularta Media Group](#)
- [Belgien: 2 + 1 Winterangebote der Roularta Media Group](#)
- [Dänemark: exklusive Weihnachts-Sonderausgaben von MS Berlingske im Dezember](#)
- [Frankreich: Le Figaro weiterhin auf dem Spitzenplatz unter den Pressemarken](#)
- [Frankreich: Relaunch – Madame Figaro erscheint im neuen Look](#)
- [Japan: Neu in unserem Portfolio – die Produktpalette von Nikkei Inc.](#)
- [Norwegen: Magazine von Aller Media verzeichnen steigende Leserzahlen](#)
- [Norwegen: HENNE erhöht die Frequenz 2016 auf sechs Ausgaben](#)
- [Schweiz: 20 Minuten ist weiterhin die meistgelesene Zeitung der Schweiz](#)
- [Schweiz: Sonntagszeitung mit großem Weihnachts-Special am 29. November](#)
- [UK: Relaunch der Beilage STELLA im Sunday Telegraph](#)
- [UK: Telegraph Luxury erscheint 2016 zusätzlich mit exklusiven Fashion Specials](#)
- [Digital: Belgien – Ausbau des Angebots auf weekend.be](#)
- [Digital: Schweden – Styleby mit neuen Werbemöglichkeiten auf Instagram](#)
- [Digital: UK – Relaunch der Telegraph App mit neuen Werbemöglichkeiten](#)

■ **Belgien: Neueste CIM-Studie bestätigt die Stärke der Roularta Media Group**

Die Ergebnisse der **neuesten CIM-Studie** belegen die starke Position der Magazine der belgischen **Roularta Media Group**. Besonders **hohe Wachstumsraten** verzeichnen die flämisch-sprachigen Newsmagazine **Knack**, **Knack Focus** und **Knack Weekend**. Das Nachrichtenmagazin **Knack** (fläm.) erreicht mit einer **Steigerung um 15%** im Vergleich zum Vorjahr nun **523.200 Leser** und liegt damit im Norden des Landes auf **Platz 2**. Sein Pendant **Le Vif/L'Express** (frz.) erreicht 404.000 Leser und darunter in seinem Segment die zweithöchste Reichweite unter Lesern der **sozialen Gruppen 1 und 2**. **Trends** (fläm.)/ **Trends-Tendances** (frz.) behauptet seine Spitzenposition unter den belgischen Finanzmagazinen mit 242.000 Lesern. Die Zeitschrift **Sport Voetbalmagazine** (fläm.)/ **Sport Foot Magazine** (frz.) erreicht einen **neuen Rekord** von 603.543 Lesern (CIM 2014-2015).

[Mehr Infos](#)



News

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

Roularta
Media



Attention guaranteed.

■ Belgien: 2 + 1 Winterangebote der Roularta Media Group

Die **Roularta Media Group** offeriert für **Januar und Februar 2016** attraktive **2 + 1 Werbepakete**: Bei Buchung von zwei bezahlten Anzeigenschaltungen in **Knack, Le Vif/L'Express, Knack Weekend, Knack Focus** oder **Focus Vif** in den **Kalenderwochen 1-6** erhalten Kunden eine Anzeige in diesen Magazinen **in demselben Zeitraum on Top** (dasselbe Format und Motiv). Für die Magazine **Le Vif Weekend, Trends, Trends-Tendance, Sport Voetballmagazine** sowie **Sport/Foot Magazine** und **Data News** bietet der Verlag **dasselbe Angebot für den Zeitraum Kalenderwochen 2 -7**. Auch für Einschaltungen im Plus Magazine und auf knack.be/levif.be können Anzeigenkunden von interessanten Winterangeboten profitieren.

[Mehr Infos](#)

**Roularta
Media** 
Attention guaranteed.

■ Dänemark: exklusive Weihnachts-Sonderausgaben von MS Berlingske im Dezember

Zur Weihnachtssaison publiziert die **Tageszeitung Berlingske** gleich zwei Specials des großformatigen **Lifestylemagazins MS** zum Thema Weihnachten. Die Hefte erscheinen in Hochglanzoptik und inspirieren mit Geschichten und Trends rund ums Fest sowie exklusiven Geschenkideen aus den Bereichen Mode, Accessoires, technische Gadgets u.a. Die erste Ausgabe – **MS Christmas** – erscheint am **6. Dezember**. Die zweite Ausgabe – **MS Christmas Gift Ideas** – folgt am **13. Dezember**. [Hier](#) können Sie in der letztjährigen Ausgabe von **MS Christmas** blättern. **MS** publiziert jährlich mehrere Specials zu einem bestimmten Thema (Interior Design etc.) und erreicht **221.000 Leserinnen und Leser**. Diese verfügen über ein überdurchschnittliches Einkommen und geben gerne mehr für Luxusprodukte aus. Anzeigenschluss ist am 24. November bzw. 08. Dezember.

[Mehr Infos](#)



■ Frankreich: Le Figaro weiterhin auf dem Spitzenplatz unter den Pressemarken

Die dritte Welle der Studie **ONE Global** bestätigt erneut die **Spitzenposition der Marke Le Figaro** unter den französischen Pressemarken. **Über 18 Millionen** Personen erreicht die Marke via Print, Online und Mobile und verzeichnet damit ein **Plus von 8%**. Besonders hoch sind die Zugewinne in der höheren sozio-professionellen Kategorie **CSP+ mit 12%** sowie in der **jungen Zielgruppe** zwischen 15 und 49 Jahren mit **+ 9%** (CSP+ = Führungskräfte, Selbständige und Geschäftsführer). Zur Marke **Le Figaro** gehören die Tageszeitung **Le Figaro**, das Gesellschaftsmagazin **Le Figaro Magazine**, die Frauenzeitschrift **Madame Figaro**, das Fernsehmagazin **TV Magazine** und deren digitale Kanäle.

[Mehr Infos](#)



■ Frankreich: Relaunch – Madame Figaro erscheint im neuen Look

Madame Figaro, das Frauenmagazin der **Groupe Le Figaro**, erscheint seit September im **aufgefrischten Look** mit kleinerem Logo und zusätzlichem Inhalt. Das neue Design ist **minimalistischer** und betont die **hoch ästhetische Bildsprache** des exklusiven Magazins. Neue Rubriken wie **Power Dressing** und **La mode vue par Delphine** erweitern das redaktionelle Angebot. Die Marke **Madame Figaro** erreicht gemäß der letzten Ausgabe der Studie ONE Global **5,6 Mio. Personen** und verzeichnet mit dem Print- sowie dem digitalen Angebot lefigaro.fr/madame mit **+ 19%** den höchsten Reichweitenzuwachs im Konkurrenzumfeld. Besonders stark hinzugewinnen konnte Madame Figaro mit **+ 30% bei Frauen der höheren sozio-professionellen Kategorie CSP+** sowie mit **+ 15% bei Frauen der Altersklasse 15 bis 49 Jahre** (ONE Global V3 2015).



[Mehr Infos](#)

■ Japan: Neu in unserem Portfolio – die Produktpalette von Nikkei Inc.

Ab sofort können wir Ihnen die gesamte Produktpalette des japanischen Verlagshauses **Nikkei Inc.** für Ihre Werbekampagnen anbieten. Dazu zählen **Wirtschafts- sowie Lifestylemedien** und die dazugehörigen **digitalen Auftritte**. **Japans einzige tägliche Wirtschaftszeitung The Nikkei** wird global vertrieben mit einer Auflage von **2,7 Mio.** der Morgenausgabe und 1,4 Mio der Nachmittagsausgabe. **Mehrmals jährlich** präsentiert Nikkei in der Lifestyle-Beilage **The Nikkei Magazine Style** saisonale Themen zu exklusiver Mode, Reisen oder Uhren. **Zwei Mode-Specials, The Nikkei Magazine Style Ai** für Frauen sowie **The Nikkei Magazine Style for Gentlemen**, ergänzen das Lifestyle-Angebot des Verlags. Die Hochglanzmagazine erreichen vor allem **wohlhabende, lifestyleorientierte Leser der Metropolregionen**. Als weitere Wirtschaftspublikation berichtet **Nikkei Asian Review** in **englischer Sprache** über die **panasiatische Wirtschaft**. Die Websites nikkei.com und asia.nikkei.com vervollständigen das Portfolio.

The Nikkei logo is displayed in a bold, blue, sans-serif font.

[Mehr Infos](#)

■ Norwegen: Magazine von Aller Media verzeichnen steigende Leserzahlen

Die aktuellen Reichweitzahlen der Leserschaftsstudie von TNS Gallup in **Norwegen** zeigen ein weiteres Wachstum der Titel von **Aller Media**. Besonders stark zeigt sich das **Frauensegment** des Verlags. Das Mode- und Lifestylemagazin **KK** gewinnt **6%** hinzu und bestätigt mit **182.000 Leserinnen und Lesern** erneut die **höchste Reichweite** im Vergleichsumfeld. Auf 76.000 Leser steigert das Interior-Spin-Off **KK Living** seine Reichweite, dies ist ein starkes Plus von **22%**. Die Dienstagsausgabe von **Se og Hoer** bleibt mit 515.000 das **meistgelesene Unterhaltungsmagazin Norwegens**. Auch der Titel für die **ältere Zielgruppe Vi over 60** und das Automagazin **Autofil** mit einem **männlichen Leseranteil von 89%** verzeichnen **wachsende Leserzahlen** (F&M MG 15/2 versus 14/2).

[Mehr Infos](#)

Aller

■ Norwegen: HENNE erhöht die Frequenz 2016 auf sechs Ausgaben

Das **hochwertige Frauenmagazin HENNE** des norwegischen Verlags Aller Media wird 2016 mit **sechs Ausgaben** erscheinen. Mit der **Erhöhung der Frequenz** von vier auf sechs Ausgaben reagiert der Verlag auf eine **starke Marktposition** bei **wachsender Auflage** und einem **Zuwachs der Leserschaft um 11%** (F&M MG 15/2 vs. 14/2). Mit den zusätzlichen Ausgaben bietet Henne 2016 noch mehr Raum für neue Mode-Trends, spannende Produktvorstellungen und interessante Reportagen. Aktuell erreicht Henne **79.000 Leser**, darunter sind **90% Frauen** (F&M MG 15/2). Ein **Wachstum** verzeichnet der Titel laut der letzten Studie vor allem bei den **Leserinnen mit hoher Bildung und hohem Einkommen**. **HENNE** bietet den umfangreichsten Lesestoff unter den norwegischen Frauenmagazinen und berichtet ausführlich über **Mode, Beauty und Lifestyle**. Der Titel richtet sich vor allem an modeaffine und wohlhabende **Leserinnen zwischen 30 und 49**.

[Mehr Infos](#)



■ Schweiz: 20 Minuten ist weiterhin die meistgelesene Zeitung der Schweiz

In den aktuellen Ergebnissen der MACH Basic Studie 2015 - 2 belegt der Titel **20 Minuten** weiterhin den **Spitzenplatz** als **reichweitenstärkste Zeitung** in der Schweiz. Zusammen mit der **ebenfalls führenden Website 20minuten.ch** erreicht 20 Minuten täglich über 2,7 Millionen Nutzer, darunter **knapp 2 Millionen** in der **Deutschschweiz**. Zum ersten Mal wurden auch Ergebnisse für das Lifestylemedium **20 Minuten Friday** und [friday-magazine.ch](#) ausgewiesen. Gemeinsam erreichen Print und digitaler Auftritt rund ein Jahr nach Start des Blogzines bereits **686.000 Leserinnen und Leser pro Woche** (WEMF Total Audience 2015-2).

[Mehr Infos](#)



■ Schweiz: SonntagsZeitung mit großem Weihnachts-Special am 29. November

Am **29. November** erscheint die **SonntagsZeitung** mit einem Special rund um das Thema **Weihnachten und Geschenke**. In hundert Geschenktipps für die Liebsten aus den Bereichen Mode, Schmuck, Elektronik, Kinderspielzeug etc. finden Leserinnen und Leser Inspirationen fürs Fest und Anzeigenkunden ein attraktives Werbeumfeld. Zusätzliches Lesevergnügen bieten Beiträge wie der Weihnachts-Krimi und das große Jahreshoroskop. Die **SonntagsZeitung** erreicht **622.000 einkommensstarke und sehr gebildete Leser** (MACH Basic 2015-2) und ist die **Nummer 2 bei Top-Führungskräften** unter der Tages- und Sonntagspresse mit 29,3% Reichweite in der Deutschschweiz (MA Leader 2015). Anzeigenschluss für die Ausgabe mit dem Weihnachts-Special ist am 13. November.

[Mehr Infos](#)



■ UK: Relaunch der Beilage STELLA im Sunday Telegraph

Telegraph Media Group hat die wöchentliche Sonntagsbeilage **Stella** von **The Sunday Telegraph** überarbeitet und den **Fokus auf Mode** gestärkt. Unter Federführung der neuen Chefredakteurin Marianne Jones erscheint **Stella** im frischen Look **mit neuem Logo** und um knapp **30 Seiten erhöhtem Umfang**. Vor allem der **Anteil an Modeseiten** wurde **deutlich angehoben**. Neue Rubriken und Features wie der Editor's letter, die Rubrik **Fashion-Instas** und die neue Herren-Kolumne von Lee Kynaston erweitern das redaktionelle Angebot. Komplette überarbeitete Seiten wie die Rubriken **Stella loves** und **4 ways to wear** erscheinen im **frischen, modernen** Look und stellen **Produkte und aktuelle Trends** stilvoll in den Vordergrund. Stella erscheint mit **366.241 Exemplaren** und erreicht **wöchentlich 628.000 modeaffine und wohlhabende Leserinnen und Leser** (ABC September 2015; NRS PADD Print April 14 – März 15).

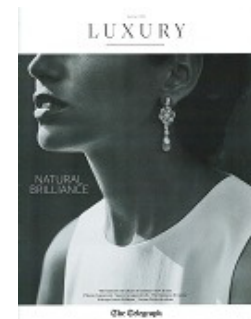
[Mehr Infos](#)



■ UK: Telegraph Luxury erscheint 2016 zusätzlich mit exklusiven Fashion Specials

Das **Premium-Angebot** des britischen Verlags Telegraph Media Group **Telegraph Luxury** erfährt **2016** eine wesentliche **Neuerung**: Telegraph Luxury erscheint zukünftig mit **acht Ausgaben**, darunter berichten **vier Ausgaben** über den **bekanntesten exklusiven Themenmix**. Zusätzlich erscheinen die bisherigen Magazine Telegraph Fashion und Telegraph Men's Style zukünftig im **repräsentativen A3 Format** der Luxury-Ausgaben unter den neuen Titeln **Telegraph Luxury Women's Style** sowie **Telegraph Luxury Men's Style**. In je zwei Ausgaben (Frühjahr und Herbst) präsentieren die Ausgaben exklusive Damen- und Herrenmode und Accessoires. **Telegraph Luxury** erscheint mit der **Qualitätstageszeitung The Daily Telegraph** mit **400.000 Exemplaren** in der Teilaufgabe London und Southeast sowie in den größten Städten in UK. Die letzte diesjährige Ausgabe des Magazins mit dem hochattraktiven Werbeumfeld für Luxuskunden erscheint am **5. Dezember** und präsentiert **im Heft und auf der Site telegraph.co.uk/luxury** Luxusaspekte der Themen Style, Design, Reisen, Kunst u.a. Anzeigenschluss der Dezember-Ausgabe ist am 13. November.

[Mehr Infos](#)



■ Digital: Belgien – Ausbau des Angebots auf weekend.be

Die belgischen **Lifestyle-Magazine Knack/Le Vif** (fläm./frz.) bauen den gemeinsamen digitalen Auftritt **weekend.be** aus und erweitern den Bereich „wonen/maison“ rund um das Thema **Interior – Design und Dekoration**. Nutzer finden in diesem Segment Berichte zu angesagten Interior-Designern, Tipps und Tricks zur Wohnungseinrichtung und die besten Adressen zum Erwerb aktueller Traummöbel. **Weitere Lifestylethemen wie Mode, Beauty, Reisen etc.** auf **weekend.be** bieten aktuell monatlich **516.951 Nutzern** Inspiration (Unique User, Desktop, Tablet und mobil, CIM Internet Juli 2015). Vor allem Männer und Frauen **zwischen 18 und 44** nutzen die Website, darunter zählen **64%** zu den **sozialen Gruppen 1-4**. Für Werbekunden im Lifestyle-Bereich hat der Verlag zwei attraktive **Winterangebote** für **weekend.be** aufgelegt. Bei Buchung des **Silber- oder Goldpakets** mit **Erscheinungstermin vor dem 31.01.2016** erhalten Werbekunden **45%** bzw. **55% Rabatt**.



[Mehr Infos](#)

■ Digital: Schweden – Styleby mit neuen Werbemöglichkeiten auf Instagram

Das **schwedische High End-Modemagazin Styleby** erfreut sich auf **Instagram** wachsender Beliebtheit und verzeichnet aktuell für seinen Auftritt unter „stylebymagazine“ **21.000 Follower**. Modeinteressierte Nutzer können nun neu außer über die App auch direkt über den Link styleby.nu/instagram mobil und über **Desktop** auf die Bildposts von Styleby zugreifen. Inspirierende künstlerische Fotos präsentieren **Styling-Ideen und exklusive Trendprodukte**. Über eine thematische Sortierung gelangen Nutzer direkt zu Bildern zu verschiedenen Kategorien wie „Inspiration“, „last chance“, „people we love“ u.a. Werbekunden können über **Posts** oder eine Einschaltung im **Styleby-Newsletter** mit 10.000 Empfängern eine äußerst **modeaffine, stilbewusste und kauffreudige Leserschaft** erreichen.

[Mehr Infos](#)



■ Digital: UK – Relaunch der Telegraph App mit neuen Werbemöglichkeiten

Telegraph Media Group hat **The Telegraph App** relauncht und mit weiteren Inhalten versehen. Nutzer finden über eine **vereinfachte Navigation** leichten Zugriff auf erweiterte redaktionelle Inhalte, z.B. zum Thema Reisen oder aus den Beilagenmagazinen von The Telegraph, sowie auf umfangreiche Bildergalerien und Videos. Die App ist **kompatibel für Tablet und Smartphones** mit Android und iOS und bietet zahlreiche **interessante Werbeformate** wie Interstitials, Leaderboards und Megabanner. The Telegraph App verzeichnet aktuell **73.000 Publication Active Views** täglich. Nutzer verbringen durchschnittlich **43 Minuten täglich** mit der App (Adobe September 2015). **98%** zählen zu den **hohen sozialen Klassen ABC1**.

[Mehr Infos](#)

