

News

 [Druckversion](#)

[Belgien: Hohe Reichweiten und stabile Auflagen für Magazinmarken von Roularta Media Group](#)

[Dänemark: Die Magazine von Aller Media gewinnen Leser dazu](#)

[Frankreich: TV-Sender France 2, 3 und 4 – Sponsorship-Angebote zu den Olympischen Winterspielen 2018](#)

[Frankreich: Printmagazine der Groupe Figaro mit bester Leserentwicklung in Frankreich](#)

[UK: The Telegraph erzielt Rekord in der crossmedialen Reichweite](#)

[Digital – Dänemark: Berlingske präsentiert neue native Werbeformate](#)

[Digital – Frankreich: Groupe Figaro CCM Benchmark bietet neue Native Advertising-Lösungen](#)

[Digital – Japan: The Nikkei Online Edition mit neuem Auftritt und neuen Werbemöglichkeiten](#)

[Digital - Norwegen: kk.no erhält Award für weltweit Best Digital Advertising Campaign](#)



News

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

Belgien: Hohe Reichweiten und stabile Auflagen für Magazinmarken von Roularta Media Group

Die Ergebnisse der neuen Leserschaftsstudie CIM NRS untermauern die starke Position der Magazinmarken der Roularta Media Group. Die Studie erfuhr u.a. methodologische Änderungen und gibt nun anhand der neuen Kategorie **Total Brand** auch Auskunft über die Gesamtnutzerschaft eines Magazins auf all seinen Plattformen – Printausgabe, digitale Version, Website und Apps: Im Segment der Nachrichtenmagazine ist die nationale Kombination von **Knack** bzw. **Le Vif-L'Express** plattformübergreifend das **stärkste Angebot** mit über 900.000 Lesern/Users. Unter den Wirtschaftstiteln sind **Trends** bzw. **Trends-Tendances** und **datanews** (fläm./frz.) auf allen Kanälen landesweit **unangefochten die Nummer 1** mit zusammen 382.797 Lesern/Users. **datanews** ist auch der größte Gewinner des Verlags mit einem Nutzerwachstum von fast 13%. **Erfreulich stabil** sind auch die Auflagenzahlen der Magazine des Verlags dank des hohen Abonnentenanteils der Titel. Als **eine der führenden Multimediagruppen** in Belgien erreicht die Roularta Media Group mit ihren **Premium-Magazinen** medienübergreifend fast **ein Drittel der belgischen Bevölkerung** aus den sozialen Gruppen 1-4 (CIM NRS 2016-2017, ab 12 J.).

[Mehr Infos](#)

Roularta
Media Group 

Dänemark: Die Magazine von Aller Media gewinnen Leser dazu

Hervorragende Leserschaftswerte für die **Zeitschriften** des dänischen Verlags Aller Media zeigen die neuesten Resultate der Studie Index Danmark/Gallup: Das **Premium-Interior Design-Magazin Mad & Bolig** steigerte seine Leserschaft gegenüber dem Vorjahr um eindrucksvolle 21% auf monatlich 180.000 Leser. **Ude og Hjemme**, das Wochenmagazin für die ganze Familie, verzeichnet einen Zuwachs von 14% auf 318.000 Leser. Das hochwertige **Frauenmagazin Femina** gewann 7% Leser dazu und kommt aktuell auf 188.000 Leserinnen und Leser pro Woche (1. Hj. 2017 vs. 1. Hj. 2016). **Søndag**, das wöchentliche Lifestylemagazin für aktive Frauen, legte um 4% zu auf 265.000 Leserinnen und Leser. **Spis Bedre**, das Food-Magazin für gesunde und schnelle Rezepte, steigerte seine Leserschaft leicht auf monatlich 106.000 Leser. **Aller Media** wurde 1873 in Kopenhagen gegründet und erreicht mit seinem 32 Zeitschriften und 20 Marken-Sites umfassenden Portfolio in Dänemark jeden Monat **2,6 Mio. Printleser** und **1,8 Mio. User** via Desktop, Smartphone und Tablet.

[Mehr Infos](#)

The logo for 'Aller' is written in a bold, red, sans-serif font.

Frankreich: TV-Sender France 2, 3 und 4 – Sponsorship-Angebote zu den Olympischen Winterspielen 2018

Die **TV-Sender France 2, France 3, France 4** und die **Website sport.francetvinfo.fr** der französischen Sendergruppe **France Télévisions** werden die **Olympischen Winterspiele 2018** im südkoreanischen Pyeongchang (9.-25. Februar) begleiten und die wichtigsten Ereignisse wie die Eröffnungs- und Abschlussfeier und die sportlichen Highlights mit aktueller Berichterstattung und Live-Übertragungen in die französischen Haushalte bringen. **France Télévisions** bietet Anzeigenkunden die Möglichkeit, sich im Rahmen der Berichterstattung **effektiv zu präsentieren** und offeriert hierzu drei Sponsoringpakete (Gold, Silber, Bronze), die umfangreiche Werbemaßnahmen in TV, Desktop, Smartphone, Tablet und Social Media umfassen. Auf Wunsch sind auch individuell erstellte **TV-Spot-Kampagnen** möglich. Weitere Werbemöglichkeiten sind In-Stream-Video, Data Targeting-Kampagnen oder ein eigener Markkanal. Bei den letzten Olympischen Winterspielen in Sotschi erreichten die Sender von France Télévisions insgesamt **mehr als 42 Mio. Zuschauer** mit einem durchschnittlichen Anteil von **25% am Gesamtpublikum**. France Télévisions ist die **reichweitenstärkste Mediengruppe** in Frankreich und betreibt außerdem die **renommierten internationalen TV-Sender France24** und **TV5Monde**, die wir ebenfalls exklusiv vertreten.

[Mehr Infos](#)

The logo for 'francetv publicité' features 'francetv' in a black, lowercase, sans-serif font, with 'publicité' in a red, lowercase, sans-serif font below it.

Frankreich: Printmagazine der Groupe Figaro mit bester Leserentwicklung in Frankreich



Die neueste Ausgabe der Leserschaftsstudie One präsentiert **ausgezeichnete Resultate** für die **Titel der Groupe Figaro** und eine äußerst dynamische Leserschaft: Die Tageszeitung **Le Figaro** verzeichnet mit **beeindruckenden +24%** auf fast 2 Mio. Leser gegenüber dem Vorjahr **den höchsten Leserzuwachs** unter den Mitbewerbern (2016 - 2017 vs. 2015 - 2016). Die Zeitung erreicht ein **immer jüngerer** und **wohlhabenderes Publikum** und gewann auch in den attraktiven Zielgruppen „25-49-Jährige aus den sozialen Klassen AB+“ (+28%) und „Hohe Einkommen“ (+42%) am meisten Leser dazu. Das Nachrichten- und Lifestylemagazin **Le Figaro Magazine** hat 25% und damit **am meisten Leser** im Konkurrenzumfeld **dazugewonnen** und kommt nun wöchentlich auf über 2 Mio. Leser. Auch die Premium-Frauenzeitschrift **Madame Figaro** konnte ihre Leserschaft im Vergleich zu ihren Mitbewerbern **am meisten** (+18%) auf 1,5 Mio. Leserinnen und Leser pro Woche **steigern** und verzeichnete ebenfalls den höchsten Leseranstieg in den attraktiven Zielgruppen „Frauen mit hohem Einkommen“ (+48%) und „Frauen zwischen 25 - 49 Jahren aus den sozialen Klassen AB+“ (+32%). Das monatliche Finanzmagazin **Le Particulier** hält die **Spitzenposition** unter den Konkurrenten mit 1,9 Mio. Lesern. Die Programmzeitschrift **TV Magazine** bleibt mit 11,9 Mio. Lesern wöchentlich unangefochten **der stärkste Titel** in Frankreich.

[Mehr Infos](#)

UK: The Telegraph erzielt Rekord in der crossmedialen Reichweite

Die Marke The Telegraph des britischen Verlags The Telegraph Media Group hat laut den neuesten Ergebnissen der Studie NRS PADD einen **neuen Rekord in der plattformübergreifenden Reichweite** aufgestellt: **27,2 Mio. Leser/User** nutzen im Monat das Informationsangebot von The Telegraph bestehend aus der Zeitung **The Daily Telegraph**, der Website telegraph.co.uk und dem Angebot auf Smartphone und Tablet. The Telegraph erreicht damit **52% der britischen Bevölkerung** und 60% der 25- bis 44-jährigen Briten und 1,6 Mio. Leser/User mehr als der nächste Konkurrent unter den Quality Newsbrands in UK, The Guardian. **The Daily Telegraph** behauptet seine Position als die **führende Qualitätstageszeitung** in UK mit 1,1 Mio. Lesern jeden Tag. Mit ihrer Ausgabe am Samstag nimmt die Zeitung ebenfalls die Spitzenposition ein und erreicht hier sogar 1,4 Mio. Leser. Werbekunden können mit einer **crossmedialen Anzeigenschaltung** in den Medien von The Telegraph monatlich bis zu **17,3 Mio. Nutzer** aus den attraktiven **sozialen Klassen ABC1** erreichen (Juli 2016 - Juni 2017).

The Telegraph

[Mehr Infos](#)

Digital – Dänemark: Berlingske präsentiert neue native Werbeformate

Der dänische Verlag Berlingske Media hat neue **Native Advertising-Formate** entwickelt, mit denen Anzeigenkunden aufmerksamkeitsstarke Kampagnen auf den digitalen Kanälen des Verlags schalten können. Die Formate sind buchbar auf b.dk, der **Website der Qualitätstageszeitung Berlingske**, auf business.dk, der **Wirtschafts-Site der Zeitung** und auf bt.dk, der **Online-Präsenz der Tageszeitung BT**, sowie auf deren **mobilen Kanälen**. Das Angebot umfasst **skalierbare Teaser** bestehend aus Artikel-Headline und Bild, die auf der Startseite oder in einer Rubrik platziert werden. Klickt der User auf den Teaser, gelangt er zur Seite mit dem nativen Artikel, der Textlinks zu weiteren Artikeln oder zum Webshop des Kunden enthalten kann. Die **Artikelseite** ist in Aufbau und Gestaltung an die Optik der Website angepasst und beinhaltet ebenfalls redaktionellen Content des Verlags. Der Kunde kann unter „Related Articles“ rechts neben dem angezeigten Artikel weitere Artikel hinterlegen, angezeigt mit Headline und Bild. Die Kampagnen können durch die Präsenz in **Social Media** oder **Advertorials in Print** erweitert werden. Das Material wird vom Verlag in einer eigens hierfür **spezialisierten Abteilung** in einem engen Briefing-Prozess mit dem Anzeigenkunden erstellt, so dass garantiert wird, dass die Kampagne **bestmögliche Werbeergebnisse** erzielt.

[Mehr Infos](#)



Digital – Frankreich: Groupe Figaro CCM Benchmark bietet neue Native Advertising-Lösungen

Anzeigenkunden haben nun die Möglichkeit, ihre Kampagnen **im Herzen des hochwertigen redaktionellen Umfelds** der digitalen Medien der **Groupe Figaro CCM Benchmark** zu schalten: Das **Native Display Ad** wird innerhalb eines redaktionellen Artikels platziert und erst geladen, wenn es sichtbar wird (Lazy Loading), was zu einer höheren Sichtbarkeitsrate für Werbekunden führt. Mit dem Native Display-Format können sehr hohe Klickraten erreicht werden. Das sogenannte **Native Editorialisé** erscheint in Form eines nativen Artikels im Look & Feel des jeweiligen redaktionellen Umfelds und kann vom Kunden selbst oder von der Redaktion in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden erstellt werden. Sowohl das **Native Display Ad** als auch das **Native Editorialisé** können auf der Startseite, in einer Rubrik oder in Newslettern platziert werden und sind auch auf den mobilen Angeboten des Verlags buchbar. Für die Platzierung der Native Ads können Werbekunden aus dem **großen Pool an Webseiten der Gruppe** (lefigaro.fr, madame.lefigaro.fr u.v.m.) zu einer **Vielzahl von Themen** wählen, wodurch sie ihre **Zielgruppen treffgenau ansprechen** können. Die Kampagnen sind mit verschiedenen Targetingmöglichkeiten kombinierbar. **32,6 Mio. Franzosen** nutzen jeden Monat die **digitalen Kanäle** der Groupe Figaro CCM Benchmark.

[Mehr Infos](#)

LE FIGARO · fr

Digital – Japan: The Nikkei Online Edition mit neuem Auftritt und neuen Werbemöglichkeiten

The Nikkei Online Edition (nikkei.com), der digitale Auftritt der renommierten japanischen Wirtschaftstageszeitung **The Nikkei**, hat im November ein neues frisches Design und viele Neuerungen erhalten. Z.B. wurde die Breaking News Section durch eine Real-time Section ergänzt, und das Rubrikenmenü zeigt nun automatisch die Top-Themen der Saison an. Die Rubrik „Quick News“ reagiert jetzt noch schneller auf das Weltgeschehen und lädt jeden relevanten Artikel oder Kommentar umgehend hoch. Auch die **Smartphone-Version** hat einen **neuen Look** und ihre **Anzeigegeschwindigkeit verdoppelt**. **The Nikkei Online Edition** hält auch **neue Werbemöglichkeiten** bereit, z.B. ist die ROS-Option neu geräteübergreifend buchbar und bietet nun garantierte Sichtbarkeit des Werbemittels. **The Nikkei Online Edition** berichtet zu den Themen Business Leader, Märkte, Finanzen, Technologie, Leben und Sport und verzeichnet derzeit 540.000 zahlende Abonnenten. Diese haben Zugang zu den umfangreichen Services der Online-Ausgabe, den Artikeln aus den gedruckten Morgen- und Abendpublikationen der Zeitung sowie auf exklusiv für die Online-Ausgabe erstellten Content. Jeden Monat greifen via Desktop, Smartphone, Tablet und App über **30 Mio. Unique Browser** auf das **digitale Informationsangebot** von **The Nikkei** zu.

[Mehr Infos](#)



Digital - Norwegen: kk.no erhält Award für weltweit Best Digital Advertising Campaign

kk.no, der **Webauftritt** des **norwegischen Frauenmagazins KK**, setzt **seinen Erfolg** als **international preisgekrönte Website** fort. Erst im Frühjahr hatte die World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA) die Frauen-Site für die **Best Digital Advertising Campaign** auf europäischer Ebene ausgezeichnet. Nun wurde die Site von der WAN-IFRA auf den World Digital Media Awards für die **Best Digital Advertising Campaign weltweit** gekürt. Laut der Jury überzeugt kk.no mit ihrem **optisch fesselnden Full Screen-Ansatz**, der den Nutzerinnen und Nutzern ein nahtloses und entspanntes Leseerlebnis ermöglicht, bei dem sich die Werbung angenehm in den Lesefluss einfügt. Gleichzeitig bieten die Werbeformate bis hin zum Vollbildformat Kunden viel Raum, um ihre Produkte und Services wirkungsvoll zu präsentieren. Die WAN-IFRA zeichnet mit den World Digital Media Awards weltweit Verlage aus, die richtungsweisende digitale Produkte entwickelt haben, mit denen sie das Leserengagement steigern und gleichzeitig ihr Online-Geschäft erfolgreich ausbauen konnten. kk.no ist die **führende Website für Frauen in Norwegen** und wird täglich von 58.000 Unique Usern über Desktop und von 143.000 über Mobile besucht. Zusammen mit dem Printmagazin KK erreicht die **Marke KK wöchentlich 843.000 Leser/User im Land**.

[Mehr Infos](#)

