

News

 [Druckversion](#)

[Dänemark: B Søndag präsentiert am 1. Oktober sein Fashion Special](#)

[Dänemark: Berlingske Business Magazine am 13. Oktober zum Thema Frauen und Karriere](#)

[Frankreich: Madame Figaro Deko-Special erscheint am 13. Oktober](#)

[International: Art Review präsentiert Who-is-Who der Kunstszene – Power 100](#)

[Niederlande: Elsevier heißt nun Elsevier Weekblad und erscheint am 14. Oktober mit dem Sonderthema „Interior Design“](#)

[Schweiz: Lifestylmagazin encore! stellt Design & Technik in den Mittelpunkt](#)

[Schweiz: Das Magazin „et cetera“ präsentiert am 4. November das Thema Kalifornien](#)

[Digital – Schweden: Schibsted Schweden mit erweitertem Angebot für datenbasiertes Targeting](#)

[Digital - UK: The Telegraph ist das führende „Quality digital News Brand“ in UK](#)

[Digital: UK – Telegraph Media Group mit neuen nativen Werbeformaten auf telegraph.co.uk](#)



News

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

Dänemark: B Søndag präsentiert am 1. Oktober sein Fashion Special

Die neuesten Trends aus der nationalen und internationalen Modewelt zeigt das **High End-Lifestylmagazin B Søndag** in seinem **Mode-Special** am **1. Oktober**. Darüber hinaus werden Trend-Accessoires, renommierte Fashion Designer und ihr Werk sowie inspirierende Shopping-Tipps vorgestellt. Beiträge zu weiteren Lifestylethemen runden das redaktionelle Angebot der Ausgabe ab. **B Søndag** wird 40 mal jährlich als **Beilage** der **Sonntagsausgabe** der **Qualitätstageszeitung Berlingske** publiziert und berichtet über Mode, Beauty, Design, Kulinarik, Gesundheit, Persönlichkeitsentwicklung und Partnerschaft. Das Magazin zeichnet sich durch **hohe journalistische Qualität** sowie durch sein **ästhetisches Layout** aus. Anzeigenkunden erreichen mit einer Anzeige in B Søndag **141.000 wohlhabende Leserinnen und Leser**, die sich sehr für **exklusive Marken** und **Qualitätsprodukte** interessieren und für diese auch gerne Geld ausgeben (Verlagsangabe).

[Mehr Infos](#)



Dänemark: Berlingske Business Magazine am 13. Oktober zum Thema Frauen und Karriere

Berlingske Business Magazine des dänischen Verlags Berlingske Media hat die **Zahl seiner Ausgaben** dieses Jahr um eine **auf fünf erhöht** und widmet sich in der zusätzlichen Publikation am **13. Oktober** den **Frauen in der Wirtschaftswelt**. Die Ausgabe zeigt auf, wie Voraussetzungen in Dänemark geschaffen werden können, um die Vielfalt in der Berufswelt und den Anteil der Frauen in Führungspositionen zu steigern. Das Magazin stellt außerdem erfolgreiche Frauen in dänischen Unternehmen vor und zeigt deren Karriere-Strategien. Mit **261.000 Lesern pro Ausgabe** ist **Berlingske Business Magazine** das **führende Wirtschaftsmagazin Dänemarks** (TNS Gallup 2. Hj. 2016). Die Leser sind sehr wohlhabend und gebildet. 41% der Leserschaft ist weiblich. Mit einer **crossmedialen Kampagne** in Print und auf business.dk steigt die Reichweite auf **536.000 Leser/Nutzer**, darunter befinden sich **160.000 Entscheidungsträger** (TNS Gallup 2. Hj. 2016).

[Mehr Infos](#)



Frankreich: Madame Figaro Deko-Special erscheint am 13. Oktober

Im **Deko-Special** am **13. Oktober** dreht sich bei **Madame Figaro** alles um **Interior Design** und die **neuesten Dekotrends** der Saison. Es wird z.B über die neuesten Tapeten-Trends berichtet und das Eco Lodge-Design aus Neuseeland vorgestellt. Dazu gibt es aktuelle Deko-News sowie Experten- und Shopping-Seiten zum Thema. Ausgewählte Inhalte des Specials werden auf der digitalen Präsenz von Madame Figaro, lefigaro.fr/madame, publiziert. **Madame Figaro** erscheint freitags und samstags zusammen mit der Tageszeitung **Le Figaro** und ist mit einer Auflage von 401.493 Exemplaren **die führende Frauenzeitschrift in Frankreich** (OJD 2016 DFP PV). Madame Figaro steht im Mitbewerbervergleich ebenfalls **an der Spitze in den Zielgruppen „Hohe Einkommen Top 1%“** (Haushalte mit Netto-Einkommen > 160.000 €/Jahr) sowie **Hohe Einkommen Top 2%** (> 120.000 €/Jahr) (ONE Premium 2017). Madame Figaro ist außerdem die **am stärksten digitalisierte Marke** im Konkurrenzumfeld und erreicht mittlerweile mit all ihren Kanälen – Print, Desktop, Smartphone und Tablet – jeden Monat insgesamt **8,3 Mio. Nutzer im Land**.

[Mehr Infos](#)



International: Art Review präsentiert Who-is-Who der Kunstszene – Power 100

Art Review, das **weltweit führende Medium für Gegenwartskunst**, präsentiert am **26. Oktober** bereits zum 16. Mal sein Magazinspecial **Power 100**. Die **besondere Ausgabe** kürt jedes Jahr die 100 einflussreichsten Akteure unter den Künstlern, Galeristen, Kuratoren, Museumsdirektoren und Sammlern der internationalen zeitgenössischen Kunstszene und ist die **meistgelesene Ausgabe des Jahres**. Die Bestenliste wird von einer Expertenjury zusammengestellt und hat einen **festen Platz in der internationalen Kunstwelt**. Das Special erscheint weltweit mit **50.539 Exemplaren** im Abonnement und über Kioskverkauf und wird **zusätzlich auf renommierten Kunstmessen**, wie u.a. FIAAC in Paris, Artissima in Turin und West Bund Art & Design in Shanghai verteilt (Verlagsangabe). Art Review wird in neun Ausgaben jährlich publiziert und erreicht ein **wohlhabendes, urbanes Publikum**, bestehend aus Akteuren der Kunstszene sowie einer jungen kunstinteressierten Leserschaft. Das Magazin ist digital auf artreview.com abrufbar und verfügt über eine **sehr starke Präsenz in Social Media** mit z.B. den **meisten Twitter Followern** unter den Kunstmagazinen. Anzeigenschluss für die Power 100-Edition ist am 5. Oktober.

[Mehr Infos](#)



Niederlande: Elsevier heißt nun Elsevier Weekblad und erscheint am 14. Oktober mit dem Sonderthema „Interior Design“

Das **Nachrichtenmagazin Elsevier** hat sich den neuen Titel **Elsevier Weekblad** zugelegt und dazu passend seine Website in elsevierweekblad.nl umbenannt. Unter diesem neuen Namen publiziert das Magazin am **18. Oktober zum zweiten Mal in diesem Jahr** sein großes **Dossier zum Thema Interior Design**, das die neuesten Trends und Entwicklungen in diesem Sektor vorstellt. Die Beiträge werden mit der Expertise und im Look & Feel des Magazins verfasst und von vielen Fotografien begleitet. Das Sonderthema Interior Design wird ebenfalls in der **Kulturrubrik der Magazin-Site** publiziert. Ein **überdurchschnittlich hoher Anteil** der mehr als **1,6 Mio. Leser/Nutzer** von **Elsevier Weekblad** und elsevierweekblad.nl interessiert sich für alles, was mit **Wohnen und Einrichten** zu tun hat – von Möbeln und Teppichen über Bäder und Küchen bis hin zu Gartendesign. Die **Leser** sind wohlhabend, in vielen Bereichen **meinungsführend** und bilden **das wirtschaftliche Rückgrat** der Niederlande. Anzeigenkunden bietet der Verlag zum Erscheinen des Dossiers eine Vielzahl an **multimedialen Werbemöglichkeiten** in Print, Desktop, Smartphone und Tablet. Anzeigenschluss ist am 3. Oktober.

[Mehr Infos](#)



Schweiz: Lifestylmagazin encore! stellt Design & Technik in den Mittelpunkt

In der Oktoberausgabe des **Lifestylmagazins encore!** entdecken die Leserinnen und Leser die neuesten Trends rund um die Themen **Wohnen, Einrichten, Deko** und **Design**. Die Ausgabe erscheint am **15. Oktober** und präsentiert **Objekte**, die den Alltag erleichtern und durch ein **ästhetisches Design** erfreuen, wie z.B. stylish designte Hausroboter für den Alltag, Lautsprecher der Spitzenklasse und Marmor für die Inneneinrichtung. Des weiteren gibt es ein Interview mit dem französischen Designer Jean-Marie Massaud, der ökologisch nachhaltige Werke schafft. **encore!** wird **im Großformat produziert** und lädt mit spektakulären Fotos und elegantem Layout zur vertieften Lektüre ein. Das Magazin erscheint jeden ersten Sonntag des Monats als **Beilage von Sonntagszeitung und von Le Matin Dimanche** in deutscher bzw. französischer Sprache und richtet sich mit aktuellen Themen zu Mode, Design, Genuss, Architektur, Gastronomie und Reisen an alle Ästhetinnen und Ästheten in der Deutsch- und Westschweiz. Mit einer Anzeige im Oktoberheft erreichen Werbekunden schweizweit über **1 Mio. Leser und Leserinnen** (MACH Basic 2017-1).

[Mehr Infos](#)



Schweiz: Das Magazin „et cetera“ präsentiert am 4. November das Thema Kalifornien

Nach der **et cetera-Ausgabe** im Frühjahr über Finnland befasst sich die Ausgabe vom **4. November** mit dem US-Sonnenstaat **Kalifornien**. Die Edition legt den besonderen **Fokus auf die Bay Area mit u.a. San Francisco und Silicon Valley** und berichtet in einer Art Road Movie über diese Region und darüber, wie dieser kleine Landstrich die ganze Welt prägt. **et cetera** erscheint zweimal jährlich und ist die **Stilausgabe** von **Das Magazin**, der **Samstagsbeilage** von **Tages-Anzeiger, Basler Zeitung, Berner Zeitung** und **Der Bund** in der Deutschschweiz. **et cetera** beleuchtet dabei Stil als Ausdruck einer authentischen Lebensführung – und dies nicht nur in Form von Modetrends. Thematischer Ausgangspunkt ist jeweils immer ein Land, eine Stadt oder Region. **Das Magazin** erreicht **597.000 gebildete, kaufkräftige und vielseitig interessierte Leser** (MACH Basic 2017-1). Mit seinen anspruchsvollen Reportagen, überraschenden Fotostrecken und hochkarätigen Interviews hat sich **Das Magazin** zu einem landesweiten Leitmedium etabliert und wurde von Fachjürs mit vielen Journalistenpreisen ausgezeichnet. Anzeigenschluss ist am 18. Oktober.

[Mehr Infos](#)



Digital – Schweden: Schibsted Schweden mit erweitertem Angebot für datenbasiertes Targeting

Der Verlag **Schibsted Schweden** wartet ab sofort mit einem **deutlich erweiterten Angebot** für **Audience Targeting** auf. Neben der Auswahl aus festgelegten **pre-packaged Zielgruppen** wie Decision Makers, Reisen, Fashion, Small Business Owners und weiteren ist nun auch die Ansprache von **individuell zusammengestellten Zielgruppen** möglich (Customized Targeting) sowie eine Ausspielung auf mobilen Geräten. Zu den weiteren Neuerungen gehört die **Targeting-Option „CRM Retargeting“**, bei der Werbekunden gezielt die eigene Kundendatenbank ansprechen können. Für Kampagnen mit einer geplanten lokalen Ausspielung ist das neue Angebot **Relevant Geo Locations** sehr interessant: Über GPS und IP werden Bewegungsmuster der User erstellt und relevante Orte erkannt. Bei Ausspielung in einem ausgewählten Landkreis oder einer Stadt werden durch Targeting mit Relevant Geo Locations Nutzer berücksichtigt, die sich oft in der gewählten Region aufhalten – unabhängig davon, ob sie zum Zeitpunkt der Ausspielung an diesem Ort sind. Beide Targeting-Optionen sind mit **RON Schibsted Premium** buchbar. Zu den acht im Schibsted Premium-Netzwerk inkludierten **reichweitenstarken Websites** zählen u.a. die Websites der Tageszeitungen **Svenska Dagbladet** und **Aftonbladet**, svd.se und aftonbladet.se, der **Online-Marktplatz blocket.se**, die **Wetter-Website klart.se** und die **News Website omni.se**.

[Mehr Infos](#)



Digital - UK: The Telegraph ist das führende „Quality digital News Brand“ in UK

Die Marke **The Telegraph** steigerte laut der Multiplattform-Studie UKOM MMX MP ihre digitale Nutzerschaft seit Jahresbeginn kontinuierlich und ist mit **25,1 Mio. digitalen Nutzern** auf Desktop, Smartphone und Tablet im Mai die **größte digitale Qualitätsnachrichtenmarke in UK** und erreicht **die Hälfte aller Internet-User im Land**. Damit erfreut sich **The Telegraph** eines größeren Publikums als die meisten nationalen Pure Player-Plattformen. Der nächste Mitbewerber im Ranking, The Guardian, folgt erst mit einem Abstand von über 2 Mio. Usern, gefolgt von Twitter. **telegraph.co.uk** berichtet tagesaktuell und fundiert über **Nachrichten und Hintergründe** aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Sport, Kultur, Reisen und Lifestyle und verfügt über eine Vielzahl an Channels, wie News, Lifestyle, Fashion, Sport, Travel, Culture, Business, Men, Technology, Luxury u.v.m. The Telegraph bietet einen **umfassenden Pool an Werbemöglichkeiten** auf seinen verschiedenen digitalen Plattformen – z.B. Native Advertising, InRead Videos oder Pre-Roll Videos, kreative Formate sowie flexible Targeting-Möglichkeiten, mit denen Werbekunden **Zielgruppen** z.B. basierend auf Daten zu Interessen, Lebensphasen, soziale Interaktionen, zum Browserverhalten sowie nach demographischen Kriterien **gezielt ansprechen** können.

[Mehr Infos](#)

The Telegraph

Digital: UK – Telegraph Media Group mit neuen nativen Werbeformaten auf telegraph.co.uk

Der britische Verlag **Telegraph Media Group** hat das digitale Angebot weiterentwickelt und bietet ab sofort neben klassischen und kreativen Display-Formaten auch **zwei native Formate** für digitale Kampagnen auf telegraph.co.uk an. Werbekunden können aktuell zwischen einem **nativen MPU** auf dem Slot des normalen MPU und einem **skalierbaren nativen Format**, welches innerhalb des Textes platziert wird, wählen. Die Formate sind für alle Kanäle und mit allen angebotenen Targeting-Optionen buchbar und werden erst geladen, wenn sie sichtbar sind (lazy loading). Native Formate sind **sehr effektiv**: die Wahrscheinlichkeit der Interaktion eines Kunden mit Natives ist um 25% höher als mit einem klassischen Banner und auch die CTR ist erfahrungsgemäß höher (Verlagsangabe). Neben den neuen kundenseitig erstellten Formaten können Werbekunden für **Content-Kampagnen** auch auf die **Expertise des Verlags** zurückgreifen: in einer spezialisierten Abteilung werden individuelle Lösungen für **Print- oder Digital-Advertorials** oder **umfangreiche Hubs mit mehreren Artikeln**, Gewinnspiel etc. anhand eines detaillierten Kundenbriefings durch die erfahrene Kreativabteilung des Verlags umgesetzt.

[Mehr Infos](#)

