

edition  
2020



# WEDIAADATEN

# FAKTEN

10 Jahre erfolgreich

Hochwertige Qualität

Interessantes Berichtswesen

Professionelle Verteilungsstrategie

Gute Haptik

Erprobtes Verkaufskonzept

Gute Kundenvernetzung

Erlesenes Kundenklientel

Namhafte Kooperationspartner

Budgetfreundliches Preis-Leistungsverhältnis

Gezielte Marketingmaßnahmen

Alleinstellungsmerkmale

Internetvernetzung

Unsere gesamten Maßnahmen werden höchst präzise und verantwortungsvoll durchgeführt. Die in unserer Preisliste genannten Werbekonzepte sind langjährig erprobt und führen nachweislich zu mehr Nachfrage und zufriedenen Kunden.

Unserem gehobenen Kundenklientel zu noch mehr Erfolg zu verhelfen, ist für uns nicht nur eine Botschaft, sondern eine Berufung.

# VERBREITUNG

## VERTEILUNGSREICHWEITE

**Gesamte Auflage 17.500 (auf einer Fläche mit ca. 4 Mio. Einwohnern)**

**Südpfalz / Weinstraße** (circa 4.000)

Bad Dürkheim, Neustadt, Landau, Wissembourg

**Rhein-Neckar-Metropole** (circa 8.500)

Speyer, Ludwigshafen, Frankenthal, Mannheim, Heidelberg, Schwetzingen, Viernheim, Weinheim

**Nordbaden** (circa 5.000)

Karlsruhe, Bruchsal, Rastatt, Ettlingen, Baden-Baden

kleinere Orte sind nicht aufgeführt

## VERTEILUNGSNETZ

### SELEKTIVE VERTEILUNG ! KEIN MASSENSTREUGUT

**Arztpraxen / Friseure / Cafes** (ca. 3.000 Exemplare)

(rein rechnerisch 500.000 Lesekontakte je Ausgabe)

**Hotellerie / Restaurants / Weingüter** (in den Hotels meist auf den Zimmern liegend)

(Lindner, Marriott, Ketschauer Hof & Kaisergarten, Steigenberger, Immenhof, Atlantik, Brenners, Schweizer Hof, Badischer Hof, Europäischer Hof, Roomers u.m.) (ca. 2.000 Exemplare)

**Autorisierter Zeitschriftenhandel**

(Pressevertriebsstellen Heidelberg und Frankenthal) (ca. 500 Exemplare)

**Sportstudios / Clubs / Veranstalter** (ca. 1.500 Exemplare)

(Premiumsportstudios, Eventlocations, Eventagenturen)

**Kunden** (ca. 5.000 Exemplare)

Aktuell werbende Kunden und teils bestehende Kunden)

**VIP Lounges / Messen / Flughafent** (ca. 1.500 Exemplare)

(SAP Mannheim, Flughafen Mannheim, z.B. Messen Karlsruhe)

**Abonnenten / Akquise / Zielversendungen** (ca. 1.500 Exemplare)

(Leser, Aussendienstkontakte, Anschreiben an Unternehmer)

**Sonstige** (ca. 2.500 Exemplare)

Schmuckhäuser, Golfclubs, Öffentliche Einrichtungen u.v.m.)

# KONZEPT

## KOMMUNIKATION

### **Berichtswesen / frei redaktionell**

Das ErlebnisJournal (EJ) ist ein feines Life Style Medium. Dem Namen nach geht es darum dem Leser Erlebnisse in jeder Form zu vermitteln. Event, Dine, Beauty, Travel, Trend, Living .... alles kann ein Erlebnis sein...

### **Berichtswesen / Kunden (Advertorials)**

In unserem Konzept ab 2020 sind Kundenberichte (Profilier) im Magazin nicht mehr vorgesehen. Ausnahmen sind: Gastro- Event - und Hotelleriebereich, sowie Jubiläen, öffentliche Einrichtungen und Ärzte.

### **Werbestrategie Print Plus+**

In unserer neuen Werbestrategie setzen wir auf interessanteres Berichtswesen, welches dem Leser einen Mehrwertnutzen bringen soll.

Kunden die sich im EJ werblich darstellen möchten, haben folgende Möglichkeiten:

- A.) Platzierung einer Prestige-Imageanzeige zu einem passenden, interessanten Bericht.
- B.) Vorstellung eines oder mehrerer Produkte, welche das werbende Unternehmen anbietet
- C.) Parallele Platzierung eines Artikel zum Unternehmen auf unserer Homepage mit entsprechender Vernetzung und Verlinkung
- D.) Exklusivstory mit TopPage (Anfrage)

## ZIELGRUPPE

Kernaltersgruppe 40+ aber auch jünger

Besser verdienende Haushalte und Meinungsbildner

Leser der gehobenen Einkommensklasse, wie z.B. Unternehmer, Anwälte, Architekten etc.

Jung gebliebene Life Style Menschen mit Niveau (Genießer mit Lebensstil)

## ERSCHEINUNGSWEISE

Ab 10. Januar, Ab 10. April, Ab 10. Juli, Ab 10. Oktober