

2017

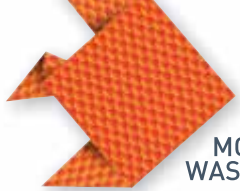
möbelkultur der küchenprofi
arcade möbel
fertigung

MEDIA-INFORMATIONEN

AD-SPECIALS: MEHRWERT MIT SPEZIALEFFEKTEN

DIE MEDIA-INFORMATIONEN
FÜR SONDERWERBEBEFORMEN





MODERN WERBEN: WAS AD-SPECIALS ALLES KÖNNEN

Die Premium-Magazine des Ferdinand Holzmann Verlags sind Trendsetter – nicht nur in Sachen Redaktion: Wir bieten Ihnen exklusive Sonderwerbformen – **Ad-Specials** –, maßgeschneidert für Ihre Marketingmaßnahmen. Ob UV-lackierte Hochglanzeffekte, aufklappbare Umschläge, ausklappbare Poster, eingeklebte CDs oder DVDs, XXL-Formate als Altarfalz, flauschige Haptik durch Beflockungen, 3D-Optiken, Augmented-Reality-Elemente oder auffällige Umschlagbänderolen: Wir sind Ihr Medienpartner für das Besondere!

Mit Ad-Specials erzielen Sie in der B2B-Kommunikation eine **deutlich höhere Aufmerksamkeit**, weil diese sich von „normalen“ Anzeigen abheben. Sie bleiben dem Betrachter deutlich länger in Erinnerung, weil sie sich teilweise aus dem Medium herauslösen lassen und aufgehoben werden. Sie erzeugen ein hohes Involvement, das durch das Ansprechen mehrerer Sinne, durch Optik und Haptik, realisiert wird.

Es empfiehlt sich, Ad-Specials und Sonderwerbformen nicht isoliert, sondern als integralen Bestandteil einer Kampagne zu entwickeln, der zu der kommunikativen Leitidee des Unternehmens passt und diese transportiert.

Die aktuelle **Studie des Verbands der Zeitschriftenverleger VDZ** „Ad Specials – Print mit allen Sinnen“ belegt:

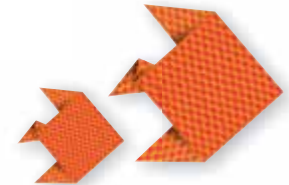
- Ad-Specials besitzen für den Leser einen deutlichen Mehrwert gegenüber klassischer Werbung.
- Ad-Specials sind ein großartiges Sprungbrett für kreative, erfolgreiche Markenkommunikation. Sie überraschen und inspirieren, stärken Markenimages und setzen wichtige Kaufimpulse.
- Ad-Specials lösen gegenüber klassischen Anzeigen die höhere Aufmerksamkeit, das stärkere Involvement und häufig auch die nachhaltigere Werbeerinnerung aus.

SYMPATHISCH „RÜBERKOMMEN“

Diese neuen Werbeformen werden vom Leser als erlebbar, informativ, unverwechselbar und **immer auch als sympathisch** wahrgenommen. Der VDZ testete mit dem „Smiley-Ranking“ Varianten der klassischen Anzeige. Ergebnis: Diejenigen Werbeformate, die um einen Überraschungseffekt ergänzt wurden, kamen am besten an.

Sprechen Sie uns gern an, wenn Sie Ihre individuellen Kommunikationskonzepte realisieren möchten. Alle Vorschläge auf den folgenden Seiten sind in den Printobjekten des Ferdinand Holzmann Verlags realisiert worden und selbstverständlich auch in Zukunft realisierbar. Ad-Specials gibt es in den Titeln:

- „möbel kultur“
- „möbelfertigung“
- „arcade“
- „der küchenprofi“



LASSEN SIE SICH BERATEN!

Es geht noch viel mehr! Sollten Sie Ideen und Vorstellungen haben, die hier nicht aufgelistet sind, sind wir gern bereit, mit Ihnen neue Konzepte zu entwickeln.

Unser Anzeigenverkaufsteam steht Ihnen jederzeit beratend zur Seite, um für Sie die beste Form der Kommunikation zu finden. Alle Preise erhalten Sie auf individuelle Anfrage.

Titelplatzierungen: Eindruck machen auf den ersten Blick

MIXED REALITY

Die ersten 3D-Titel der Branche realisierte der Ferdinand Holzmann Verlag in Zusammenarbeit mit Bauformat und Brühl! Dabei lässt sich den beiden Titelmotiven auf den ersten Blick gar nicht ansehen, was in ihnen steckt. Der Weg zum Staunen ist aber denkbar einfach: In den App-Stores den „Holzmann MX“-Reader downloaden, die App öffnen, das jeweilige Motiv mit der Kamera des Smartphones anvisieren... und schon befindet man sich mitten in der Mixed Reality! Die möglichen Elemente sind unbegrenzt: Es ist kein Problem, Objekte in Bewegung zu bringen, Klänge hinzuzufügen, Funktionen zu visualisieren oder Videos zu implementieren. Kataloge, Anzeigen und Planungs-Tools – die in ihrer Zweidimensionalität verhaftet sind – können nun um die dritte Dimension ergänzt werden.



> **Besonders geeignet** für alle Unternehmen, die digitale Modernität ausstrahlen und neue Wege in der Kommunikation ausprobieren wollen.

AUFKLEBER/STICKER

Das Titelbild ist die Visitenkarte unserer Fachmagazine. Ihr Aufkleber erfährt deshalb höchste Beachtung und weckt spielerisch Erinnerungen an die berühmten Panini-Sticker.

> **Besonders geeignet** für besondere News, einen QR-Code, ein „NEU!“ oder gezielte Hinweise auf Ihren Beitrag im Heft.



PREMIUM-, BASTEL- UND STANDARD-BANDEROLE

Die Banderole wickelt sich außen um das Heft und sorgt für höchste Aufmerksamkeit beim Leser und intensive Wahrnehmung durch Anfassen beim Öffnen des Heftes. Die Banderole kann in Form, Material (Papier, Transparent, Faden) und Gestaltung (Lackierung, Beflockung) ideal auf Ihre Produkte und Dienstleistungen abgestimmt werden.

Bei der Premiumbanderole wird die Banderole nicht um das komplette Heft gelegt, sondern im Magazin auf einer bestimmten Doppelseite eingeklebt, die z.B. mit einer Anzeige oder einer PR belegt sein könnte. Die Bastelbanderole – wie z.B. ein Sternwindlicht zur Christmas-world – vermittelt Werbebotschaften spielerisch und kreativ und ist deshalb besonders einprägsam.

> **Besonders geeignet** für Terminankündigungen, „Knaller“-Meldungen oder als gezieltes Signal für eine Besonderheit im Heft.

Zum Öffnen und Staunen: Auf Entdeckungstour durch die Magazine

BOOKLET

Kompaktes Format mit großem Informationsgehalt: Booklets sind kleine Nachschlagewerke, die einen hohen Nutzwert garantieren. Sie können beigelegt oder auf einer bestimmten Seite eingeklebt werden. Premiumplatzierungen z.B. direkt auf dem Titel oder einer Trägeranzeige – auf Wunsch mit verstärktem Papier – sind möglich. Beliebige Umfänge und Formate (von A6 bis XXL) sind frei wählbar.



> **Besonders geeignet** für kompakte Darstellungen eines Unternehmens, seiner Produkte und Dienstleistungen oder auch als Wegbegleiter für Messebesucher.
Praktisch – für die Westentasche und zum Aufbewahren.

POSTER

Poster im A1-Format werden der Gesamtauflage gefalzt beigelegt oder beigelegt. Den Überraschungseffekt gibt's beim Aufklappen – eine „Countdown-Gestaltung“ ist möglich. Die Gesamtoptik verblüfft.

> **Besonders geeignet**, um Größe und Stärke zu signalisieren. Eignet sich sehr gut für „große Optiken“ wie Ausstellungen, Präsentationen, Schaubilder, Unternehmensstrukturen etc.



LESEZEICHEN/TÜRHÄNGER/„FASCINATOR“

Diese Erinnerung an Ihre Werbung bleibt im wahrsten Sinne des Wortes hängen. Die Werbebotschaften werden den Lesern in komprimierter Form übermittelt. Ein Spiel mit Vorder- und Rückseite ist möglich. Optional: Form und Material können beliebig gewählt werden (z. B. Holz, Metall, mit Lack oder Beflockung).

> **Besonders geeignet** für Terminankündigungen, Innovationen, Überraschungen oder Botschaften mit Witz.



EINGEKLEBTE MUSTER

Innovative Materialien wie Dekorpapiere, Furniere, Textilien, Tapeten sowie alle „flachen“ Materialien werden direkt im zugehörigen redaktionellen Umfeld platziert.

> **Besonders geeignet**, um Verarbeiter in der Industrie, Architekten, Designer und Produktentwickler zu begeistern und einen authentischen Eindruck neuer Materialien zu vermitteln.



GATEFOLDER

3-seitige Präsenz auf dem Umschlag. Wecken Sie die Neugierde des Lesers mit einer Klapper-Anzeige hinter dem Titel. Auf drei Seiten bringen Sie Ihr Produkt ganz groß raus. Sie können Anzeige und Inhalt ideal miteinander verbinden.



> **Besonders geeignet** für besondere Ereignisse, Events oder Innovationen. Für Ansagen an besonders prominenter Stelle und auf großem Raum.



ALTARFALZ

Geballte Präsenz auf mehreren Seiten inmitten des Heftes – zum Aufklappen.

> **Besonders geeignet** für die Darstellung von Listen, Bausteinen, Produktserien, Schienen etc. Oder eine besonders großzügige optische Darstellung.

KLAPPER-ANZEIGEN

Wecken Sie die Neugierde des Lesers mit einer Klapper-Anzeige auf den Umschlagseiten oder im Heft. Das Format ist frei wählbar, z.B. eine 1/2-Seite oder schlanke Leuchtturm-Formate. A-Formate sind ebenso möglich wie spezielle Stanzungen.

> **Besonders geeignet** für Meldungen mit Überraschungseffekten, versteckten Botschaften oder die Darstellung von Wachstum und Größe.



LEPORELLO/POSTKARTEN

Als Beikleber auf einer Trägeranzeige im Heft bietet das akkordeonartige Ad-Special spielerisch und gestalterisch anspruchsvoll zugleich Informationstiefe und hohe Aufmerksamkeit. Postkarten transportieren Botschaften kompakt und treffsicher und laden zur weiteren Verwendung ein.

> **Besonders geeignet** für Werbeaussagen mit Understatement – leichtfüßig und easy. Oder zur Bewerbung von Bausteinen, Paketen oder Serien.



Hingucker: Mit besonderen Formaten auffallen

INSELANZEIGE

Reif für die Insel? Platzieren Sie Ihre Werbebotschaft inmitten eines redaktionellen Berichts und profitieren Sie von höchster Leseintensität und Aufnahme der Werbebotschaft.

> **Besonders geeignet** für Botschaften und Claims, die über den Text ansprechen. Als unformatige Anzeigen, die aus dem Rahmen fallen oder sich formal in das Redaktionslayout einfügen.



ANZEIGE IM INHALTSVERZEICHNIS

Wer zuerst kommt, mahlt zuerst: Wir platzieren Ihre Anzeige ganz weit vorne im Heft. Die hohe Leseintensität des Inhaltsverzeichnisses überträgt sich direkt auf Ihre Anzeige.

> **Besonders geeignet** für alle Anzeigen, die ganz weit vorn sein wollen.



TRANSPARENT

Edel und ungewöhnlich sorgen die Transparent-Anzeigen oder -Einlegeseiten für ein Innehalten beim Leser. Die Werbebotschaft wird elegant transportiert – und ist auch haptisch ein Erlebnis.

> **Besonders geeignet** für die Kommunikation von Themen im Premium-Segment, Ankündigungen von Premium-Events oder für die Darstellung von Design-Skizzen und Zeichnungen.



UV-LACKIERUNG, RELIEF-LACK, FOLIENPRÄGUNG

Glänzen Sie doch mal! Wie wäre es mit ein wenig Lack auf Ihren Produkten? Durch UV-Lackierung heben sich Ihre Motive in Anzeigen und PR optisch hervor. Optional: Es kann zwischen partieller oder vollflächiger UV-Lackierung gewählt werden. Relief-Lacke sorgen für plastische Effekte, Supermatt-Lacke für einen ganz besonderen Reiz. Kalt- oder Heißfolienprägungen mit einer auffälligen Farbe vermitteln eine ganz besondere Wertigkeit und heben sich durch diesen Glanzeffekt extrem ab.

> **Besonders geeignet** für alle Produkte mit glänzenden oder Metallic-Oberflächen. Oder um Wertigkeiten effektiv hervorzuheben.



Die „möbel kultur“ versteht sich als „Berater für Kommunikation“. Eine intelligente Zeitschrift, die dem Leser und Nutzer ständig einen klaren Mehrwert bietet – mit wichtigen Wirtschafts-Specials, exklusiven Analysen, Interviews und Marktdaten. „möbel kultur“ steht für seriösen und objektiven Journalismus mit maximaler Informationstiefe und Themenbreite. Pures Lesevergnügen und nachhaltigen Werbeerfolg garantieren über 60 Jahre Verlagserfahrung.

12 Ausgaben pro Jahr

Auflage 9.433 Exemplare lt. IVW zum 3. Quartal 2016

Kontakt: Helane Al-Khazail (Anzeigenleitung)

Fon: +49 (0)40 632018-20, helane.al-khazail@holzmann.de

arcade

„arcade“ ist das Premium-Magazin im designorientierten Interieurbereich für Planer, Architekten, Innenarchitekten und den gehobenen Fachhandel, ebenso für Office und Objekt. „arcade“ deckt den gesamten Einrichtungsbereich von Textil, Boden, Licht, Möbel bis hin zum Bad ab. Designer, Player der Branche, (internationale) Messen, Trends oder Awards – „arcade“ stellt den Markt vor. Das Magazin überzeugt seit 22 Jahren mit einem aufmerksamkeitsstarken und imageträchtigen Werbeauftritt im XXL-Format.

6 Ausgaben pro Jahr

Auflage 8.550 Exemplare lt. IVW zum 1. Quartal 2016

Kontakt: Pia Eggert (Anzeigenleitung)

Fon: +49 (0)40 632018-23, pia.eggert@holzmann.de

Ute Barth (Mediaberatung)

Fon: +49 (0)40 632018-66, ute.barth@holzmann.de

„der küchenprofi“ gehört zu den führenden verbandsfreien Fachzeitschriften für Küchenhandel und -industrie, einschließlich der Hausgeräte- und Zubehörbranche. „der küchenprofi“ richtet sich an den Fachhandel. Dazu zählen Studios, Fachabteilungen und Spezialisten. Die detailgenaue Darstellung der Produkte macht den „küchenprofi“ seit über 25 Jahren zu dem Magazin für den Verkäufer und den Point of Sale.

4 Ausgaben pro Jahr

Auflage 9.000 Exemplare lt. IVW zum 1. Quartal 2016

Kontakt: Sven Jeppsson (Mediaberatung)

Fon: +49 (0)40 632018-39, sven.jeppsson@holzmann.de

möbel fertigung

Die „möbelfertigung“ ist das internationale Top-Magazin der europäischen Zuliefer- und Möbelindustrie mit kompletter Marktabdeckung: Die „möbelfertigung“ erreicht die Entscheider der Möbel-, Zuliefer-, Holz verarbeitenden Maschinen- und Küchenindustrie, Architekten, Designer, Planungsbüros und das Handwerk. Hohe Werbewirksamkeit garantiert: Kompetente redaktionelle Specials und Strecken in einem branchenweit einzigartigen Layout bieten ideale Präsentationsmöglichkeiten.

8 Ausgaben pro Jahr: Auflage 8.500 Exemplare lt. IVW zum 1. Quartal 2016

1x engl. Ausgabe: Technologies & Strategies

3x Handwerk-Spezial

2x engl. Ausgaben zu den Heften 1 und 6

Kontakt: Hans-Christian Hahn (Anzeigenleitung)

Fon: +49 (0)40 632018-43, hans-christian.hahn@holzmann.de

Beate Wulf (Mediaberatung)

Fon: +49 (0)40 632018-12

beate.wulf@holzmann.de



DIE TRENDSCOUTS AUS DER MEDIENSTADT HAMBURG

ARCADE | MÖBELFERTIGUNG | MÖBEL KULTUR | LIFESTYLE | DER KÜCHENPROFI | ONLINE | KARRIERECENTER



Weidestraße 120a, 22083 Hamburg
Fon: (040) 63 20 18-0, Fax: (040) 630 75 10
E-Mail: holzmann@holzmann.de
www.moebelkultur.de/mediadaten.html



FERDINAND HOLZMANN. IHR MÖBEL-VERLAG