

Mediadaten

Edition **2021**



[Performance]

Unser Firmenprofil:

Die Firma Prestige Products & Communication e.K. ist u.a. Verleger des seit über 11 Jahren etablierten Life Style Magazins: Das ErlebnisJournal finest lifeart.

Dem Namen nach geht es in diesem hochwertigen Magazin um das Thema Erlebnis, aber nicht nur bezogen auf Freizeitanlässe, denn vieles kann ein Erlebnis sein! Demnach sind die Themen sehr viel weitreichender.

Unser Printprodukt EJ steht bei uns im Fokus, aber auch darüber hinaus bieten wir für unsere Kunden Mehrwerte:

Unser Leistungsportfolio:

Konzipierung und Realisierung von Werbemaßnahmen aller Art:

- Verlegen von Printprodukten
- Kreative, grafische Umsetzungen jeder Art
- Public Relation
- Werbevertriebsstrategien
- Webauftritt (Design, Programmierung, Optimierung)
- Plakatwerbung / Außenwerbung
- Produktvermittlung und Vermarktung
- Werbefotografie und Google Street View (virtuelle Rundgänge)
- Filmproduktionen / Werbespots

Mit unseren renomierten Vertriebspartnern haben wir für unsere Kunden Top-Konditionen ausgehandelt

Unser Erfolgsrezept:

Alle Maßnahmen werden höchst präzise und verantwortungsvoll durchgeführt. Unsere Werbekonzepte sind langjährig erprobt und immer up to date. Die Konsequenz ist, nachweislich mehr Nachfrage für unsere Kunden. Dabei haben wir immer ein vernünftiges Preis-Leistungsverhältnis im Blick.

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

Verbreitung

Verteilungsaufgabe: 15.000 (auf einer Fläche von ca. 4 Mio. Einwohnern)

Verteilungsbereich:

Südpfalz / Weinstraße (circa 4.000)

Rhein-Neckar-Metropole (circa 8.000)

Nordbaden (circa 3.000)

Verteilungsnetz:

Selectiv, gezielt, zielgruppenentsprechend / kein Massenstreugut!

•Arztpraxen / Friseure / Cafes , Verteilung u.a. über Lesezirkel (ca. 3.500 Exemplare)

(hochgerechnet circa 500.000 Lesekontakte je Ausgabe - permanentes Lesen vieler Patienten)

•Hotellerie / Restaurants (in den Hotels meist auf den Zimmern liegend) (ca. 2.000 Exemplare)

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

•Weingüter / VIP Lounges / Messen (ca. 2.000 Exemplare)

(Qualitätsweinhäuser, z.B. SAP-VIP Bereich, Flughafen Mannheim, diverse Messen Karlsruhe)

•Golfclubs / Sportstudios / Veranstalter / Medien- und Event-Agenturen (ca. 1.500 Exemplare)

ca. 80% aller Golfclubs in der genannten Region, Veranstaltungen wie z.B. Pallazzo, Varietes usw.

•Autorisierter Zeitschriftenhandel (ca. 500 Exemplare)

(Pressevertriebsstellen Heidelberg und Frankenthal)

•Kunden (ca. 2.500 Exemplare)

(Aktuell werbende Kunden und auch teils bestehende Kunden)

•Abonnenten / Akquise / Zielversendungen / Einwurf (ca. 1.500 Exemplare)

(Leser, Aussendienstkontakte, Anschreiben an Unternehmer, Briefkasteneinwurf in gehob. Gegend)

•Gehobener Handel / Sonstige (ca. 1.000 Exemplare)

z.B. namhafte Schmuckhäuser, Boutiquen etc.

Bemerkungen

Bei Pandemiebedingten Schließungen, kann es zu Verschiebungen der Verteilungstückzahlen kommen.

Die Auflage wird dann umgeschichtet auf machbare Auslagestellen, beispielsweise Apotheken, Bauhäuser, Gartenzentren, verstärkt Briefkasteneinwurf u.m..

Detailliertere Angaben der Verteilungsstellen können auf Wunsch beim Verlag angefordert werden

Konzept ErlebnisJournal

Kommunikation

Berichtswesen / frei redaktionell

Das EJ berichtet zu den Themen Event, Dine & Wine, Beauty, Travel, Trend, Living, Culture, Interview, u.m., ausserdem stellen wir interessante Produkte auf unseren Shoppingseiten vor.

Berichtswesen / Kunden (Advertorials)

Sogenannte Profilerberichte, also Berichte die nur das Profil des Kunden beschreiben, sind nur für bestimmte Branchen vorgesehen (z.B. Restaurants, Ärzte, Hotellerie, Events etc.). Um für den Leser einen Nutzen hervorzustellen, sollte es in der Berichterstattung vorrangig um das Produktangebot des Kunden gehen.

Unsere Werbestrategie setzt auf interessantes Berichtswesen, in Kombination aus Print, und Web. Die Berichte können begleitend mit Anzeigen gebucht werden oder auch exklusiv ohne zusätzliche Anzeigen. Wir arbeiten ständig an attraktiven Angeboten, die auch preislich besonders ansprechend sind.

Zielgruppe

Kernaltersgruppe 35 (aber auch jünger), bis 60 (aber auch älter)
Besser verdienende Haushalte und Meinungsbildner
Leser der gehobenen Einkommensklasse und jung gebliebene Life Style-Menschen mit Niveau (Genießer mit Lebensstil)

Argumentaire / Fakten

- Über 11 Jahre Erfolg und Erfahrung
- Hochwertige Qualität und gute Haptik
- Lange Nachhaltigkeit, dadurch hohe Effizienz
- Interessantes Berichtswesen
- Professionelle Verteilungsstrategie
- Alleinstellungsmerkmale
- Gute Vernetzung
- Erprobte Verkaufskonzepte
- Budgetfreundliches Preis- Leistungsverhältnis

Erscheinungsweise

4 x im Jahr (circa ab 10. des beginnenden Monats):

1. Februar-März-April; 2. Mai-Juni-Juli; 3. August-September-Oktober; 4. November.-Dez.-Januar

Pandemiebedingte Verschiebungen sind möglich