

2012



AD SPECIALS: MEHRWERT MIT SPECIAL EFFECTS

MEDIA-INFORMATIONEN FÜR SONDERWERBEFORMEN



möbelkultur *Der Küchenprofi*
arcade *möbel
fertigung*

MODERN WERBEN: WAS „AD SPECIALS“ 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, 3-D-Optik oder auffällige Umschlagbanderolen – wir sind Ihr flexibler Medienpartner.

Mit Ad Specials/Sonderwerbformen erzielen Sie auch in der B-to-B-Kommunikation eine **deutlich höhere Aufmerksamkeit**, weil diese sich von den „normalen“ Anzeigen abheben. Sie bleiben dem Betrachter deutlich länger in Erinnerung, weil sie teilweise aus dem Medium zu lösen sind und aufgehoben werden. Sie erzeugen ein hohes Involvement, das durch das Ansprechen mehrerer Sinne, durch Optik und Haptik, gelingt.

Darüber hinaus empfiehlt es 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: Die, welche 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 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 planen und zu erstellen.

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.

Titel, großes Motiv: „**Bastelbogen mit Banderole**“ – eine ungewohnte Messe-Animation, die passend zum Produkt spielerisch ein Event kommuniziert. Ein Ad Special, das auffällt und für Überraschung sorgt.



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.

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



LESEZEICHEN

Eine bleibende Erinnerung an Ihre Werbung, weil es für den Leser auch einen hohen praktischen Nutzwert hat. Optional: Form und Material können beliebig gewählt werden (z. B. Holz, Metall, mit Lack oder Beflockung). Darüber hinaus kann durch das Band Wertigkeit signalisiert werden.

> **Besonders geeignet** für Terminankündigungen, Innovationen, Überraschungen.

BOOKLET

Kompaktes Format mit Informationsgehalt: Booklets wirken wie kleine Nachschlagewerke, der hohe Nutzwert garantiert eine hohe Aufmerksamkeit. Booklets können beigelegt oder beigelegt werden. Premiumplatzierungen z. B. direkt auf dem Titel oder einer Trägeranzeige (wenn gewünscht mit verstärktem Papier) sind möglich. Beliebige Umfänge und Formate unter A4 sind frei wählbar.

> **Besonders geeignet** für ausführliche Darstellungen eines Unternehmens, seiner Produkte und Dienstleistungen. Praktisch – für die Westentasche und zum Aufbewahren.



TITELLECKE

Das Titelbild ist die Visitenkarte unserer Fachmagazine. Ihre Titelecke erfährt höchste Beachtung.
> **Besonders geeignet** für besondere News, ein „NEU!“ oder gezielte Hinweise auf Ihren Beitrag im Heft.



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.



GATEFOLDER

3-seitige Präsenz auf dem Umschlag. Wecken Sie die Neugierde des Lesers mit einer Klapper-Anzeige hinter dem Titel. Drei Seiten bringen 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.



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.



ALTARFALZ

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

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



POST-IT

Eine Post-it-Anzeige wird auf dem Foto des Monats platziert. Zum Herausnehmen oder nur gedruckt besticht das Post-it durch seine exklusive Platzierung auf der ersten redaktionellen Seite im Heft.

> **Besonders geeignet** für Terminankündigungen,

Überraschungen oder gezielte Hinweise auf eine Besonderheit im Heft.



POSTER

Poster im A-1-Format werden gefalzt der Gesamtauflage beigelegt oder beigelegt. Überraschungseffekt im Aufklappen – Countdown-Gestaltung möglich – und verblüffende Gesamtoptik.

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



LEPORELLO

Als Beikleber auf einer Trägeranzeige im Heft bietet das akkordeonartige Ad Special spielerisch und gestalterisch anspruchsvoll zugleich Informationstiefe und hohe Aufmerksamkeit.

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

BEFLOCKUNG

Kuscheln Sie doch mal! Beflockungen sorgen für hohe Aufmerksamkeit durch flauschige Haptik, ideal für Polster- und Textilprodukte.

> **Besonders geeignet für die Werbung für Polstermöbel, Bezugstoffe, Haus- und Heimtextilien.**



ANZEIGE IM INHALTSVERZEICHNIS

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

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



UV-LACKIERUNG, RELIEFLACK

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 weiter hervor. Optional: Es kann zwischen partieller oder vollflächiger UV-Lackierung gewählt werden. Relieflacke sorgen für plastische Effekte, Supermatt-Lacke für einen ganz besonderen Reiz.

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



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 unterformatige Anzeigen oder formal wie Redaktion.**



4 STARKE MAGAZIN-TITEL FÜR IHRE SONDERWERBEFORM

möbelkultur

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

12 Ausgaben pro Jahr,
Auflage 9.118 Exemplare lt. IVW zum 3. Quartal 2011

Kontakt: Helene Al-Khazail

Fon: +49 (0) 40 63 20 18-20, helene.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 21 Jahren mit einem aufmerksamkeitsstarken und imageträchtigen Werbeauftritt im XXL-Format.

6 Ausgaben pro Jahr,
Auflage 8.754 Exemplare lt. IVW zum 1. Quartal 2011

Kontakt: Pia Russell

Fon: +49 (0) 40 63 20 18-23, pia.russell@holzmann.de

Der Küchenprofi

„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 23 Jahren zu dem Magazin für den Verkäufer und den Point of Sale.

4 Ausgaben pro Jahr,
Auflage 10.617 Exemplare lt. IVW zum 2. Quartal 2011

Kontakt: Anke Zimmer

Fon: +49 (0) 40 63 20 18-39, anke.zimmer@holzmann.de

möbel fertigung

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

7 Ausgaben pro Jahr,
Auflage 9.786 Exemplare lt. IVW zum 2. Quartal 2011

Kontakt: Hans-Christian Hahn

Fon: +49 (0) 40 63 20 18-43, hans-christian.hahn@holzmann.de



Foto: Elbes&Flut; Quelle: HafenCity Hamburg GmbH

DIE TRENDSCOUTS AUS DER MEDIENSTADT HAMBURG

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



Weidestraße 120a, 22083 Hamburg
Fon: (040) 632 01 8-0, Fax: (040) 630 75 10
E-Mail: holzmann@holzmann.de
www.moebelkultur.de



FERDINAND HOLZMANN. IHR MÖBEL-VERLAG