

THEMEN WELTEN

2016

Online-Zuschläge

Sonderthemen und Kollektive

Print - Online Pflichtkombi ab 01.01.2016

Anzeigengröße bis 200 mm **15.- €**

Anzeigengröße ab 201 mm **25.- €**

Alle Preise zzgl. MwSt.

SCHWABISCHEPOST

Wochenpost

GMÜNDER
TAGESPOST

Gmünder
Anzeiger

SCHWABISCHEPOST

Wochenpost

GMÜNDER
TAGESPOST

Gmünder
Anzeiger



Bewerbung der Themenwelten Crossmedial - Online und Print



Sonderthemen und Kollektive online werden in einer Preview-Box beworben. Die Box ist auf den Startseiten der Schwäbischen Post und der Gmünder Tagespost, sowie der zugehörigen Unterseiten installiert.

- + Aufmerksamkeit
- + Reichweite
- + Findbarkeit

Themenwelten

12:06 Uhr - Unternehmen
[Der Verkehr kann endlich wieder rollen](#)

12:43 Uhr - Veranstaltungen
[Weihnachtsbäume bei Wiedmann](#)

13:56 Uhr - Soziales
[Das Container-Dilemma](#)

16:30 Uhr - Wirtschaft und Finanzen
[Wettbewerbsfähiger durch Industrie 4.0](#)

In den Zeitungen werden die Kollektive und Sonderthemen zusätzlich über eine Info-Box beworben.

- + Aufmerksamkeit
- + Hinweis - Online
- + Findbarkeit

HEUTE in den THEMENWELTEN

DIE SCHÖNSTEN GESCHENKE ZUR WEIHNACHTSZEIT

Lorem ipsum dolor sit amet...
Mehr zum Thema auf **Seite 14**

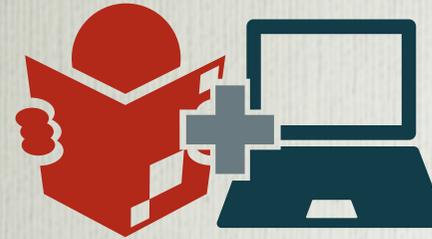
ROMANTISCHER WEIHNACHTSMARKT IN LAUCHHEIM

Lorem ipsum dolor sit amet...
Mehr zum Thema auf **Seite 14**

ROMANTISCHER WEIHNACHTSMARKT IN LAUCHHEIM

Lorem ipsum dolor sit amet...
Mehr zum Thema auf **Seite 14**

www.schwäpo/themenwelten



Print + Online

Sonderthemen und Kollektive online kombinieren die Vorzüge aus beiden Gattungen - Print + Online.

Somit werden Defizite der einzelnen Produktgruppen ergänzt und aufgehoben.

Vorteile

Beschäftigungsdauer

Print: Durch die Haptik des Papiers, beschäftigen sich die Leser länger und intensiver mit dem Produkt.

Online: Bei gezieltem Interesse werden die Artikel über Suchmaschinen gefunden, gelesen und geteilt.

Vertrauen

Print: Das Vertrauen in die Printmedien ist hoch und wird durch die Zuverlässigkeit der Verlage gefördert.

Online: Erhöhtes Vertrauen durch den Verlag als Publisher.

Zielgruppe

Print: Ältere Zielgruppe mit gutem bis hohem Einkommen. Regional, weniger technikaffin.

Online: Jüngere Zielgruppe, die noch viel austesten und erleben möchte. Global - hohe Technikaffinität.

Traffic-Generator

Print: Textlinks oder QR-Codes

Online: Direkte Verlinkung mit Anbieterseiten und Produkten möglich.

Reichweite

Print: Region - Ostalbkreis

Auflagen:

Tageszeitungen: 35.000
Wochenzeitungen: 134.000

Online: über 3 Mio Pageimpressions pro Monat, regional bis überregional.

Langlebigkeit

Print: Wird von potentiellen Kunden aufbewahrt, mitgetragen oder wiedergefunden.

Online: Sonderthemen online werden über eine kurze Periode online beworben und sind dann langfristig für Suchmaschinen auffindbar.

