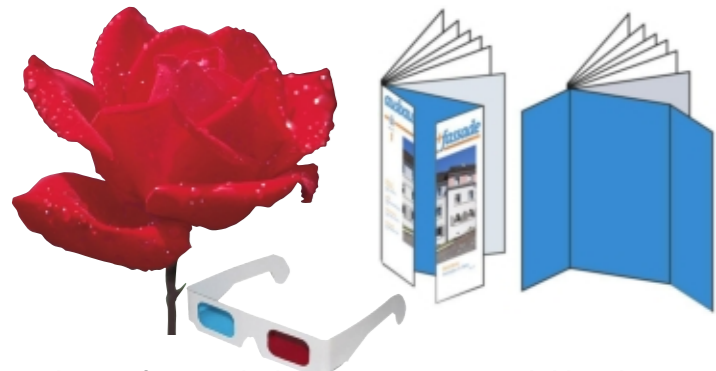
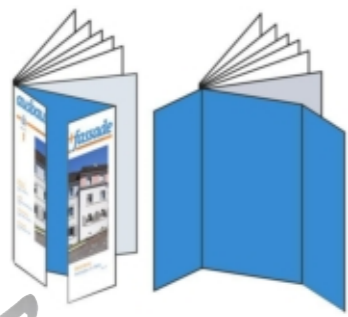


### 3D-Anzeigen



Werben Sie fantastisch plastisch – mit Ihrer 3D-Anzeige und entführen Sie so den Leser in die dritte Dimension der Printwerbung. Die Aufmerksamkeit dürfte Ihnen damit sicher sein!

### Altartitelseite



Die erste Möglichkeit der Sonderwerbung in einer Zeitschrift stellt die Altartitelseite dar. Unterstreichen Sie Ihre Vorreiterrolle im Markt mit dieser Werbeform.

### Banderole



Mit einer Banderole lenken Sie die volle Aufmerksamkeit auf Ihre Werbebotschaft. In geschlossener Form um die Zeitschrift gelegt, wird der Leser zur Aktion aufgefordert: Er muss die Banderole öffnen, um an den Inhalt zu kommen. Auf diese Weise wird der Leser unmittelbar mit Ihrer Werbebotschaft konfrontiert. Bei offener Banderole, kombiniert mit Ihrer Anzeigenseite, werden die Enden direkt auf Ihre Anzeige im Redaktionsteil eingeklebt. Schlägt der Leser das Heft auf, fällt sein Blick unweigerlich direkt auf Ihre Werbebotschaft.

### Gatefolder



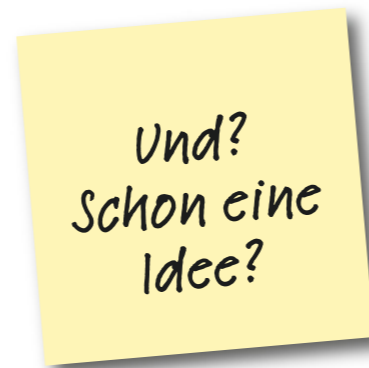
Der Gatefolder ist eine einmal nach links aufschlagbare Anzeigenseite auf der 2. Umschlagseite. Sie haben damit auf einer 1/1-Seite die Möglichkeit, Ihre Werbebotschaft anzuteasern und den Leser durch die Klappe neugierig zu machen. Beim Aufschlagen präsentiert sich dem Betrachter Ihre Anzeige auf einer 2/1-Seite im Panorama-Format. Diese Werbeform eignet sich besonders für die Präsentation von Neuprodukten oder für den Launch einer neuen Produktserie.

### Backfolder



Der Backfolder bildet das Pendant zum Gatefolder. Starten Sie zum Schluss nochmals richtig durch. Direkt neben der Vorschau zur nächsten Ausgabe dirigieren Sie den Leser zum »Grande Finale«: Mit der zunächst sichtbaren 1/1-Seite und der Klappe wecken Sie das Interesse. Beim Aufklappen betrachtet der Leser dann die Hauptaussage Ihrer Werbebotschaft auf einer 2/1-Seite. Der Backfolder eignet sich hervorragend als Abschluss einer Anzeigenkampagne.

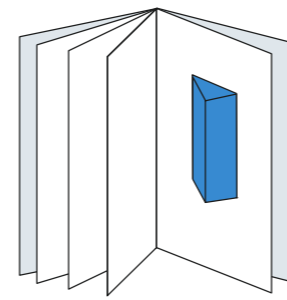
### Post-it



Im ersten Augenblick stolpert der Leser über die Nachricht auf der Haftnotiz, die sich bei Ihrer Trägeranzeige oder im redaktionellen Teil befindet: »Bitte Angebot einholen« oder »Das wäre doch etwas für uns« fordert den Leser der Fachabteilung auf, rasch mit Ihnen in Kontakt zu treten.



### Warenprobe



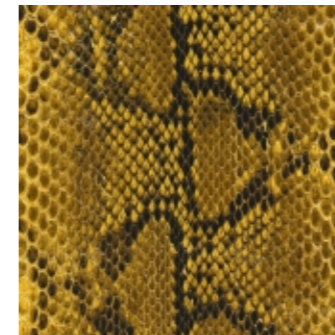
Nichts überzeugt den Kunden mehr, als Ihr Produkt selbst in den Händen zu halten. Eine Warenprobe auf Ihrer Trägeranzeige vermittelt einen direkten Eindruck von der Qualität Ihres Produktes.

### Duftdruck



Entführen Sie Ihre Kunden mit Frühlingsduft auf eine blühende Wiese, schenken Sie Rosenduft zu Valentin oder erweitern Sie das Bewusstsein Ihrer Kundschaft mit der Duftnote Cannabis. Egal welche Note Sie wählen, Sie beflügeln damit die Phantasie Ihrer Kunden und unterstreichen so Ihre Kreativität bei der Lösung von Kundenwünschen.

### Strukturlackierung



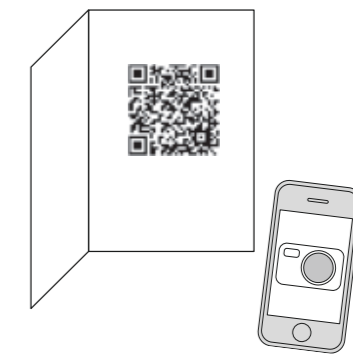
Können Sie sich vorstellen, dass Leser schon auf Ihre Anzeige aufmerksam werden, bevor sie diese gesehen haben? Partielle oder vollflächige Strukturlackierung auf einer linksseitig platzierten Anzeige zieht die Aufmerksamkeit des Lesers schon beim ersten Berühren des Papiers und vor dem Umblättern der betreffenden Seite auf sich. Der Leser erfühlt so Ihre Anzeige, bevor er sie sieht. Haptik ist eben alles.

### Lesezeichen am Band



Gibt es in der entsprechenden Ausgabe einen interessanten Artikel, zu dem Ihre Produkte oder Dienstleistungen hervorragend passen? Dann sollten Sie unbedingt einmal diese Werbeform ausprobieren. Das von uns auf der Seite des entsprechenden Beitrags eingelegte Lesezeichen wird durch das Band mit Ihrer Trägeranzeige verbunden. Wir nennen das: Werbung, die verbindet!

### Crossmediale Werbung



Mit QR-Code oder DeepView landet der Leser direkt auf der von Ihnen vordefinierten Landing-Page. Damit ermöglichen wir Ihnen eine direkte, komfortable Verlinkung auf die von Ihnen definierten Inhalte wie Text-, Audio-, Video- oder PDF-Dateien. Einfach das entsprechende App für den QR-Code oder DeepView aus dem App-Store oder Android-Market auf das mobile Endgerät herunterladen und installieren. DeepView (autom. Bilderkennung) beeinträchtigt im Übrigen nicht die Gestaltung Ihrer Print-Anzeige. Schicken Sie Ihre Kunden so auf crossmediale Entdeckungsreise!

### Personalisierte Werbung

Sehr geehrter Herr König...

Bei uns ist der Leser König. Haben Sie schon einmal über personalisierte Werbung nachgedacht? Damit sprechen Sie Ihren Kunden direkt an: Individuell, direkt, persönlich. So sorgen Sie für erhöhte Aufmerksamkeit beim Betrachter und beugen Streuverlusten vor. Diese Werbeform bieten wir auf allen Umschlagseiten an.

