

Mach es!

IMPULSE
MARKENPROFIL UND MEDIADATEN

2021

IMPULSE

STIMMEN UNSERER LESER

„Toll, was Ihr da alles auf die Beine stellt“ - „einen gigantisch tollen Job, um nicht zu sagen einen **megaaffengeilen Job**“ - „der pure Wahnsinn, echt toll“ - „Sie machen einen wirklich sehr guten Job“ - „einen unglaublich guten Job“ - „eine glatte 1 – Chapeau!“ - „**Meisterleistungen**“ - „Es gibt so viel klasse Dinge, die Sie machen“ - „Ihr macht wirklich Top-Arbeit“ - „ich finde Ihr Angebot super“ - „Ich finde es super, was Sie gerade in diesen schwierigen und undurchsichtigen Zeiten auf die Beine stellen“ - „SUPER!!!!“ - „Ihre Tipps und Hinweise sind **Gold wert** in diesen Zeiten“ - „Die Kampagnen, Recherchen und Leitfäden sind unbezahlbar“ - „unfassbar wertvoll“ - „die Mitgliedschaft werde ich mir gerne leisten“ - „IMPULSE ist einfach genial und immer wieder wertvoll“ - „Einzigartig, was wir erleben, abends bei den Videomeetings“ - „Die jetzt seit ca. 2 Wochen praktizierte Form des Video-Meetings ist für mich einzigartig, einfach gesagt: **der Hammer**“ - „einmalig in Deutschland“ - „sucht seinesgleichen“ - „Es gibt kein wirklich vergleichbares Angebot im Netz“ - „**Chapeau, was das impulse-Team hier auf die Beine gestellt hat.** Das ist wirklich sehr bemerkenswert. Da lohnt sich jeder Euro für die Mitgliedschaft“ - „großartiger Job“ - „tagtäglich großartiger und hochprofessioneller Inhalt“ - „fantastischer Job“ - „grandios“ - „outstanding“ - „großartige Leistung und ein toller Service für die mittelständische Wirtschaft“ - „dass Sie sich für uns einsetzen!“ - „große Arbeit“ - „was Sie leisten!!!!“ - „Vielen Dank für das Engagement!“ - „Wir danken Ihnen für Ihren Einsatz in dieser besonderen Zeit“ - „**ein enthusiastisches Team, das gerade über sich hinauswächst**“ - „ich bin begeistert von Ihrem Einsatz und dem Ihres Teams“ - „was für ein Engagement Sie und Ihre Mitarbeiter derzeit bringen“ - „Ich finde Ihr Engagement und Ihre Unterstützung einfach außerordentlich“ - „bewusst, dass dies sehr weit über die abonnierte und auch zu erwartende Leistung hinausgeht und Ihr Team gerade in dieser schwierigen Zeit sicherlich auch mit privaten Problemen zu kämpfen hat“ - „Was Sie für uns Unternehmer und Führungskräfte in dieser Zeit, unter erschwerten Bedingungen, vor dem Hintergrund, dass Ihnen auch Geschäftsbereiche weggebrochen sind und Sie sich zum Teil neu erfinden mussten und müssen, leisten, ist **eine glatte 1**“ - „ich sehe das nicht als selbstverständlich an“ - „**Chapeau!**“

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE

DIE ZIELGRUPPE

SEHR GUT VERDIENENDE ENTSCHEIDER impulse-Leser sind im **Schnitt 54 Jahre alt und verdienen 7.215 Euro netto im Monat**. Woher die Zahlen stammen? impulse weiß, in welcher Branche die impulse-Leser arbeiten, wie groß ihre Firmen sind und welche Position sie bekleiden. Die Mehrheit sind GmbH-Geschäftsführer. Daten über ihre Mitarbeiteranzahl und Branchenzugehörigkeit erlauben auf der Grundlage der Studie „GmbH-Geschäftsführer-Vergütungen 2010“ von BBE-Media eine Berechnung ihrer Durchschnittsvergütung. Diese Kaufkraft ist für Anzeigenkunden höchst attraktiv, weil Unternehmer eine doppelte Rolle ausfüllen: Sie investieren in ihre Firma, legen Geld an und umgeben sich auch privat gerne mit guter Qualität, etwa mit Lifestyle- oder Luxusgütern. **Sie sind also B2B- und B2C-Zielgruppe zugleich.**



Wer liest impulse?

15 %

FRAUEN

&

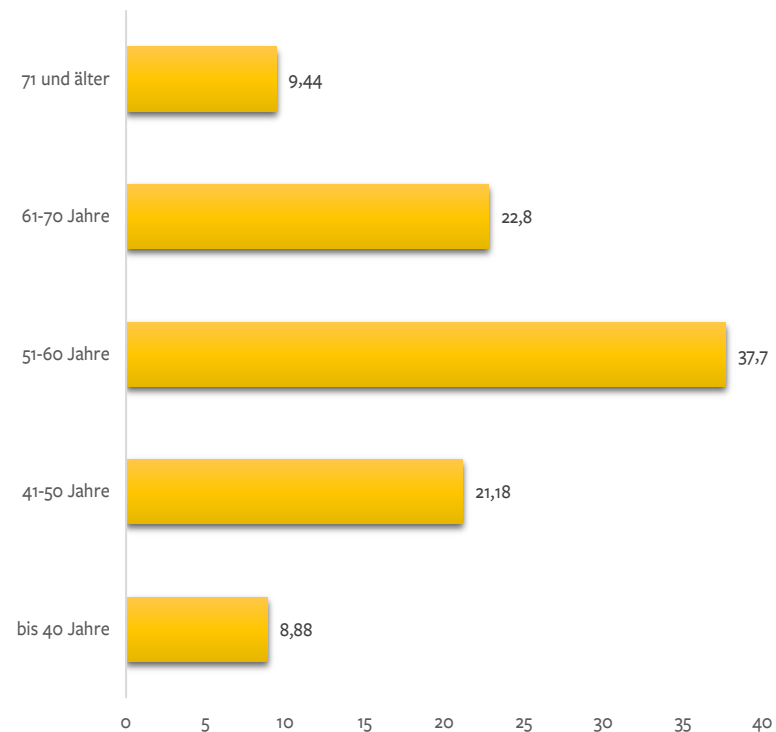
85 %

MÄNNER

Ø NETTO-MONATSEINKOMMEN

7.215 €

Anteil der Leser in %



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

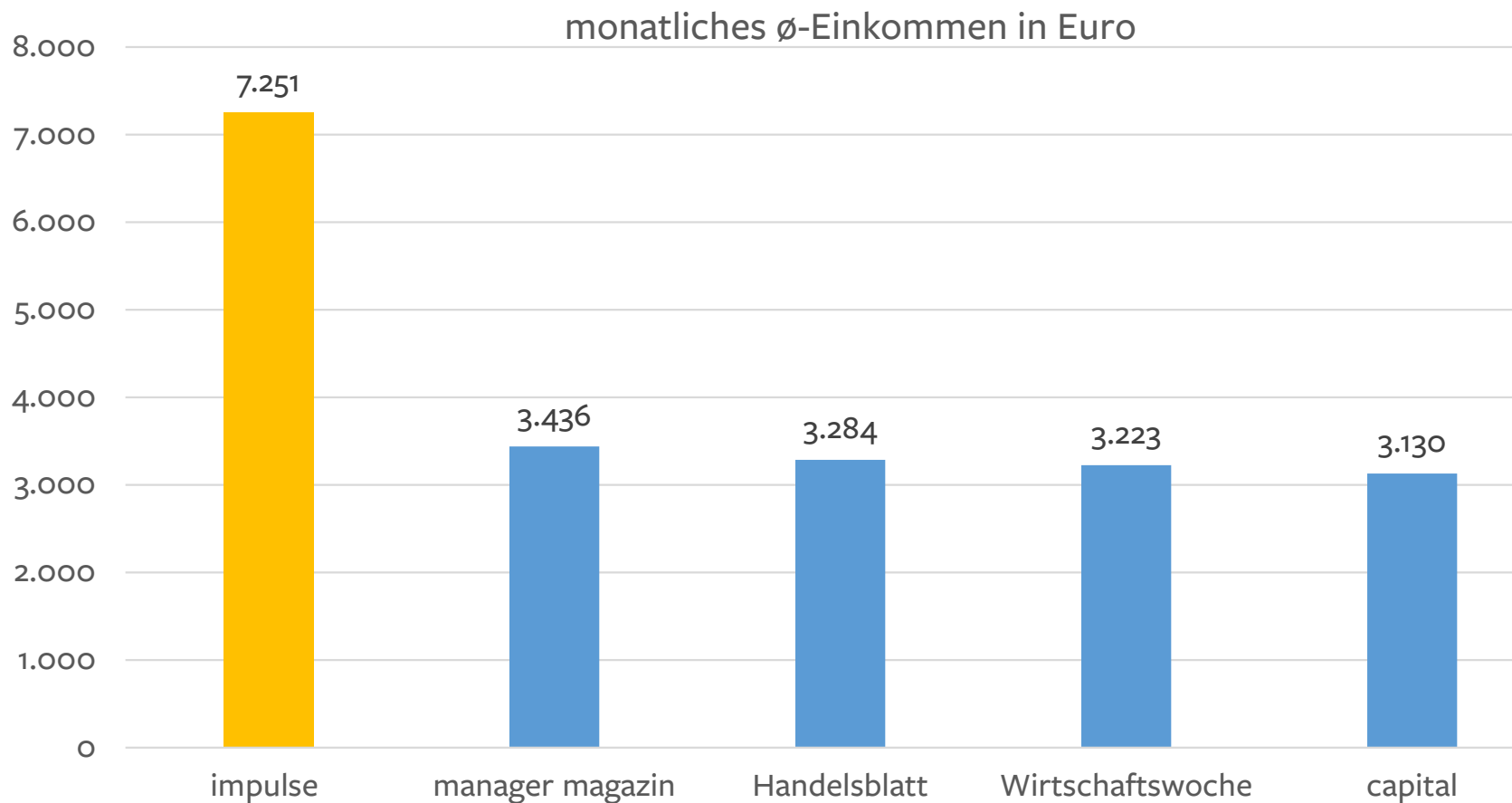
10
KONTAKT

IMPULSE

DIE ZIELGRUPPE

Vergleich des monatlichen Durchschnitts-Nettoeinkommens der Leser ausgewählter Magazine.

Quellen: impulse: eigene Kundendatenanalyse, Rest: ma 2020



01

MARKE

02

ZIELGRUPPE

03

MARKTVERGLEICH

04

PRINT

05

PREISE UND
RABATTE

06

TERMINE

07

DIGITAL

08

LIVE

09

CROSSMEDIA

10

KONTAKT

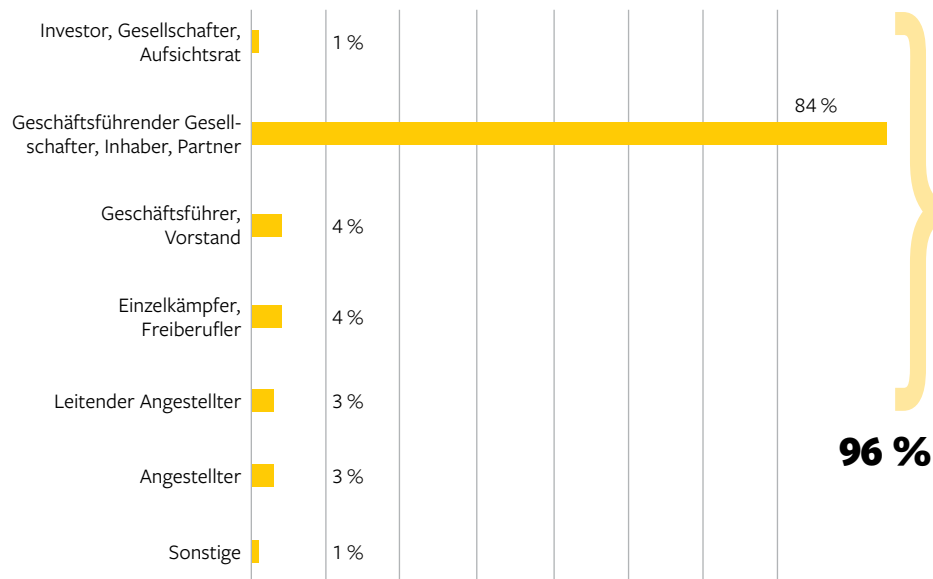
IMPULSE

DAS ENTSCHEIDER-MEDIUM

SELBST HAFTEN, FREI ENTSCHEIDEN 96 Prozent der impulse-Leser sind **Inhaber, Geschäftsführer, Vorstände oder Führungskräfte** – entsprechend groß ist ihr Spielraum, wenn es um Investitionen geht, sowohl beruflich als auch privat. Unternehmer, die ihre Entscheidungen nur sich selbst oder ihrem Gesellschafterkreis gegenüber zu verantworten haben, sind innerhalb der Entscheider-Zielgruppe diejenigen mit dem größten individuellen Spielraum. **89 % der Unternehmen sind länger als 10 Jahre am Markt** und haben sich etabliert.

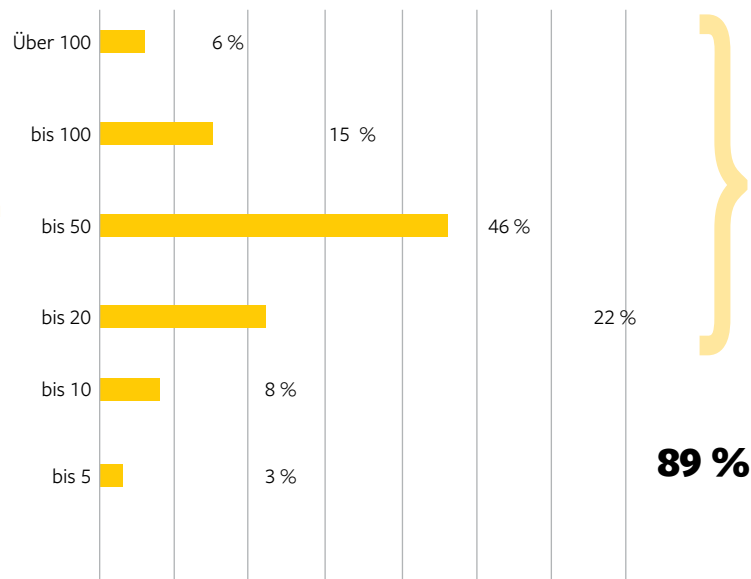
WIE FREI SIND IMPULSE-LESER IN ENTSCHEIDUNGEN?

Position im Unternehmen



WIE ALT SIND IHRE FIRMEN?

Unternehmensalter in Jahren



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

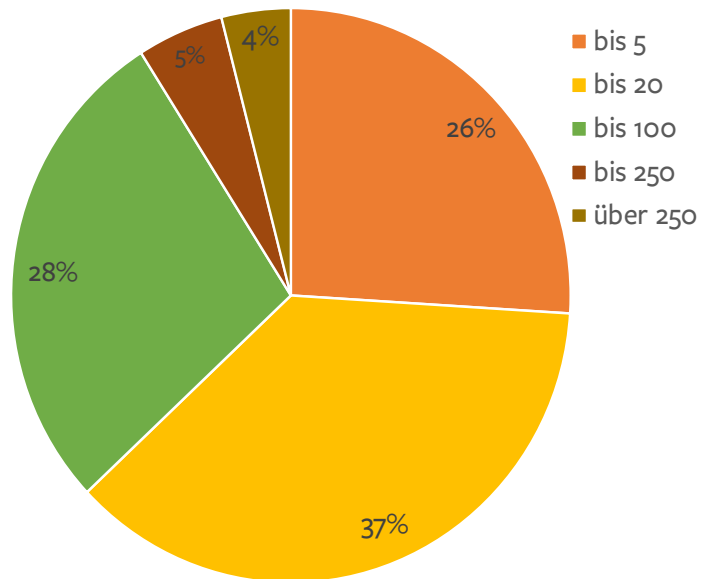
10
KONTAKT

IMPULSE

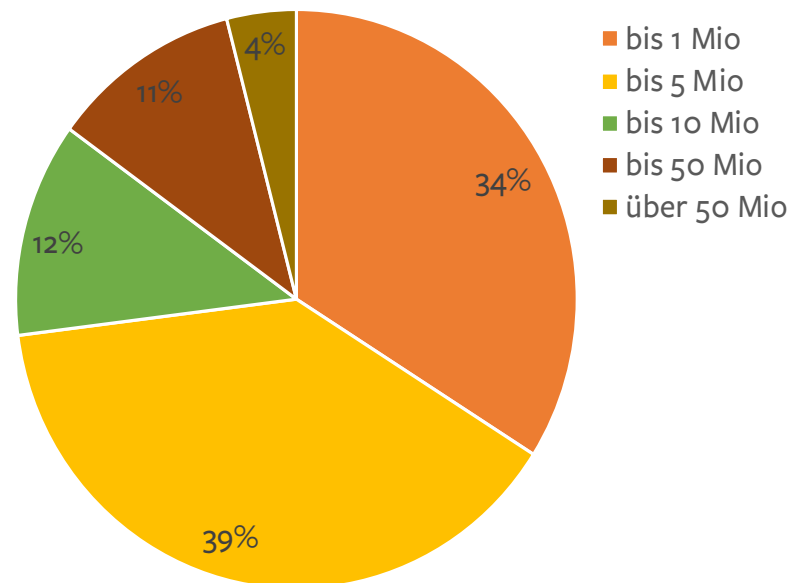
DIE MITTELSTANDS-MARKE

FIRMENGRÖSSEN Ein Blick auf die Strukturdaten zeigt, dass impulse DAS **Medium für den Mittelstand** ist, dem Herzstück der deutschen Wirtschaft: **94 Prozent der Leser** arbeiten nach der **KMU**-Definition der Europäischen Kommission in kleinen und mittelständischen Unternehmen, die übrigen in Großunternehmen. Überdurchschnittlich stark sind mittelgroße (ab 10 Millionen Euro Umsatz) und große Unternehmen (ab 50 Millionen Euro) vertreten: Sie machen 18 Prozent der impulse-Leser aus. In der deutschen Wirtschaft insgesamt erreichen nach Zahlen des Statistischen Bundesamtes nur 3,6 Prozent der Firmen solch einen Umsatz.

ANZAHL DER MITARBEITER



JAHRESUMSATZ



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

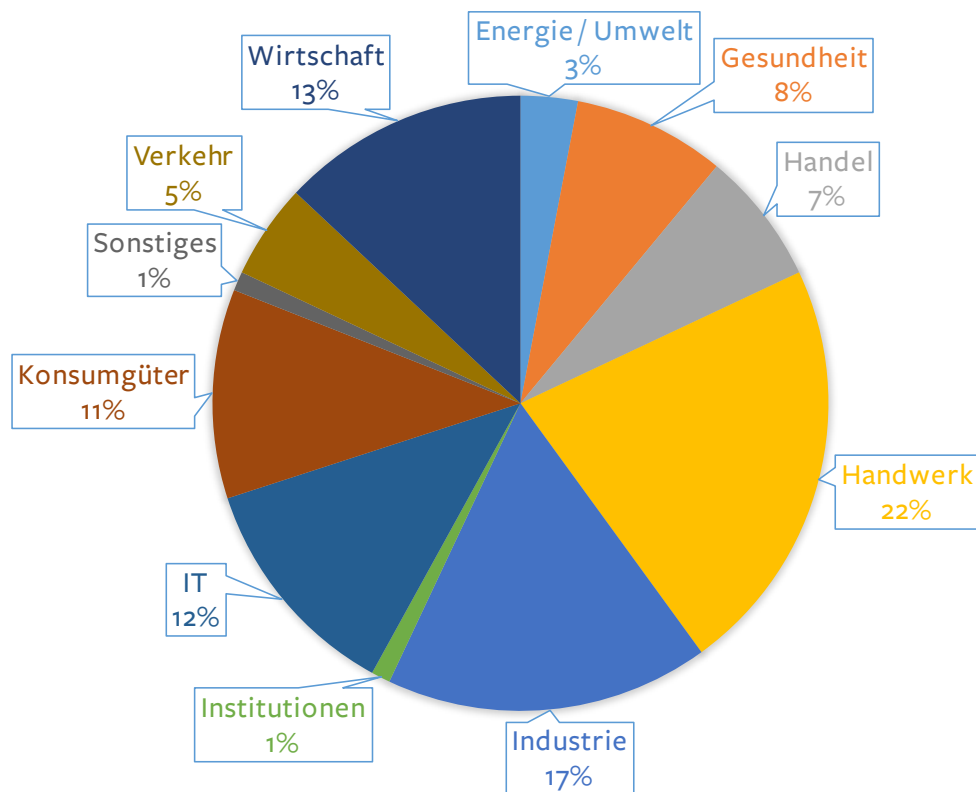
10
KONTAKT

IMPULSE

DIE BRANCHENVERTEILUNG

VON ANDEREN BRANCHEN LERNEN impulse ist kein Medium, das sich wie einige Fach- oder Verbandszeitschriften in ein bestimmtes Segment der deutschen Wirtschaft vertieft. Im Gegenteil: Es geht stets darum, genau die unternehmerischen Impulse zu vermitteln, die branchenübergreifend relevant sind. Entsprechend **weitgefächert ist das Spektrum der Branchen**, aus denen die impulse-Kunden kommen.

VERTEILUNG DER IMPULSE-KUNDEN NACH BRANCHEN



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

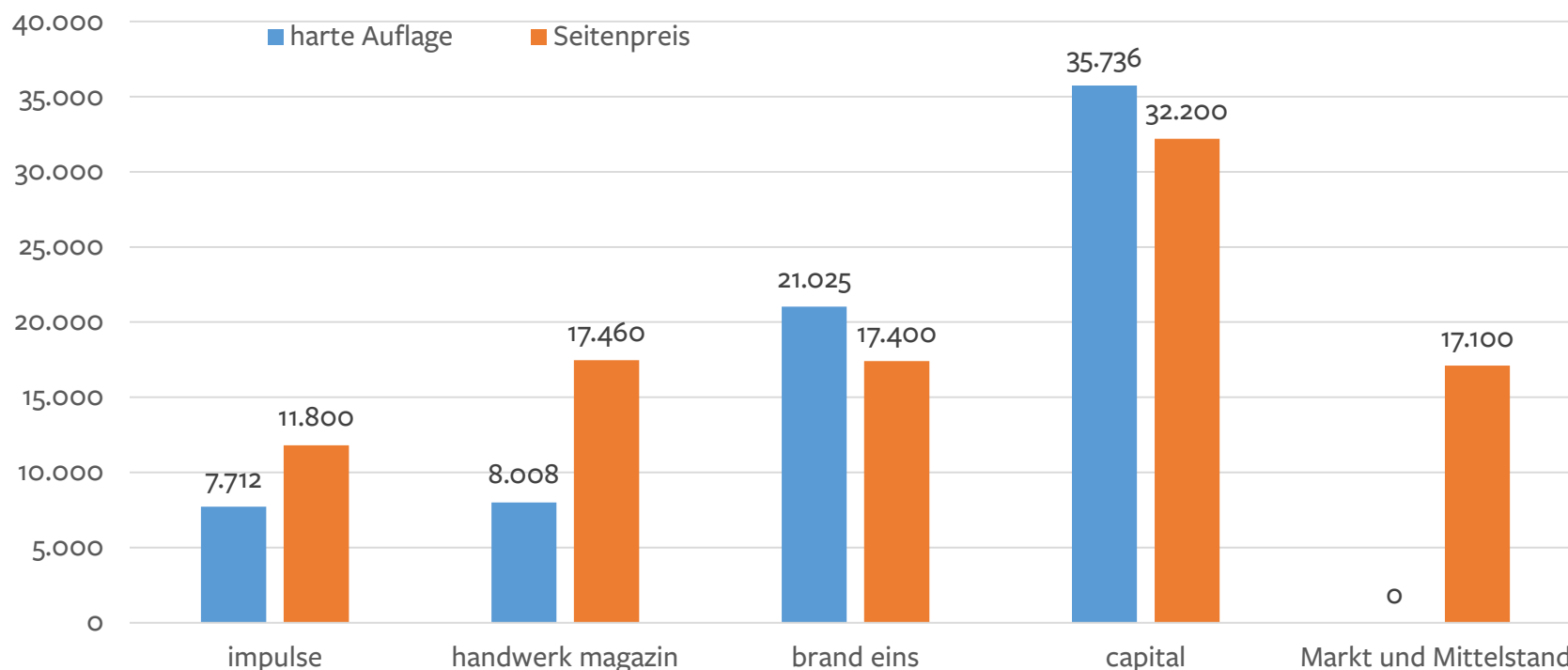
IMPULSE

DER MARKTVERGLEICH

In den Reichweitenstudien der LAE oder AWA werden auch die Auflagenbestandteile ausgewiesen, die aufgrund der letzten Entwicklungen sehr stark geschrumpft sind: Bordexemplare, Leserzirkel, sonstige Verkäufe und sogenannte „Mitgliederstücke“, also Exemplare, die zwar in der IVW als „Abonnements“ ausgewiesen werden, tatsächlich von Verbänden zu tausenden an ihre Mitglieder weitergereicht werden. Verlage nutzen diese Kanäle, um eine hohe Reichweite zu suggerieren. Diese Übersicht zeigt das Verhältnis vom Seitenpreis zur tatsächlichen harten Auflage ausgewählter Titel.

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass **impulse ein hochwertiges Werbeumfeld zu einem fairen Preis bietet.**

Vergleich 1/1 Seitenpreis - harte Auflage
(Abo und Einzelverkauf ohne Mitgliederstücke)
o= in Q4 2020 keine IVW Meldung



01

MARKE

02

ZIELGRUPPE

03

MARKTVERGLEICH

04

PRINT

05

PREISE UND
RABATTE

06

TERMINE

07

DIGITAL

08

LIVE

09

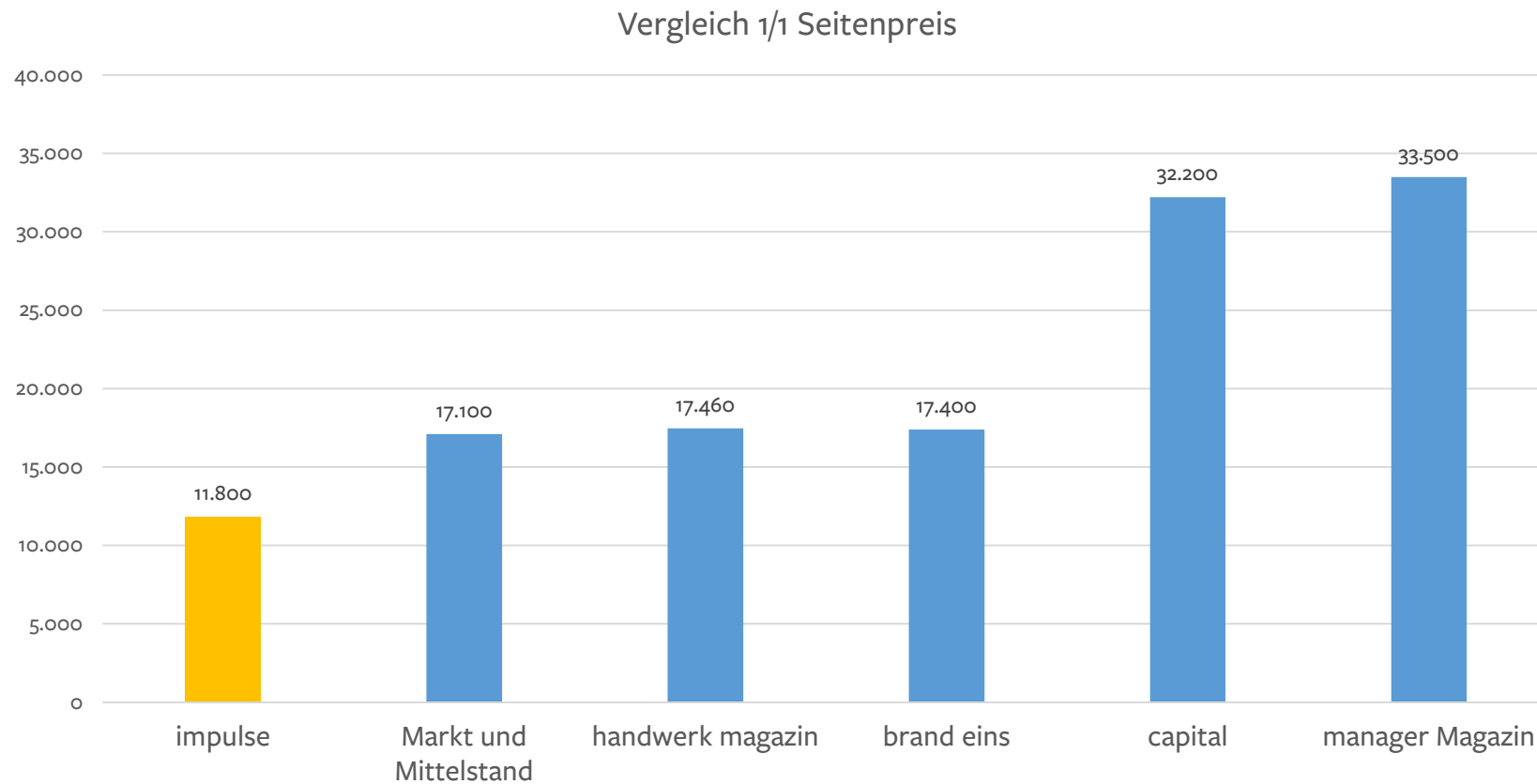
CROSSMEDIA

10

KONTAKT

IMPULSE DER MARKTVERGLEICH

Im Vergleich der Seitenpreise bei der Wirtschaftspresse **bietet impulse den günstigsten 1/1 Seitenpreis.**



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

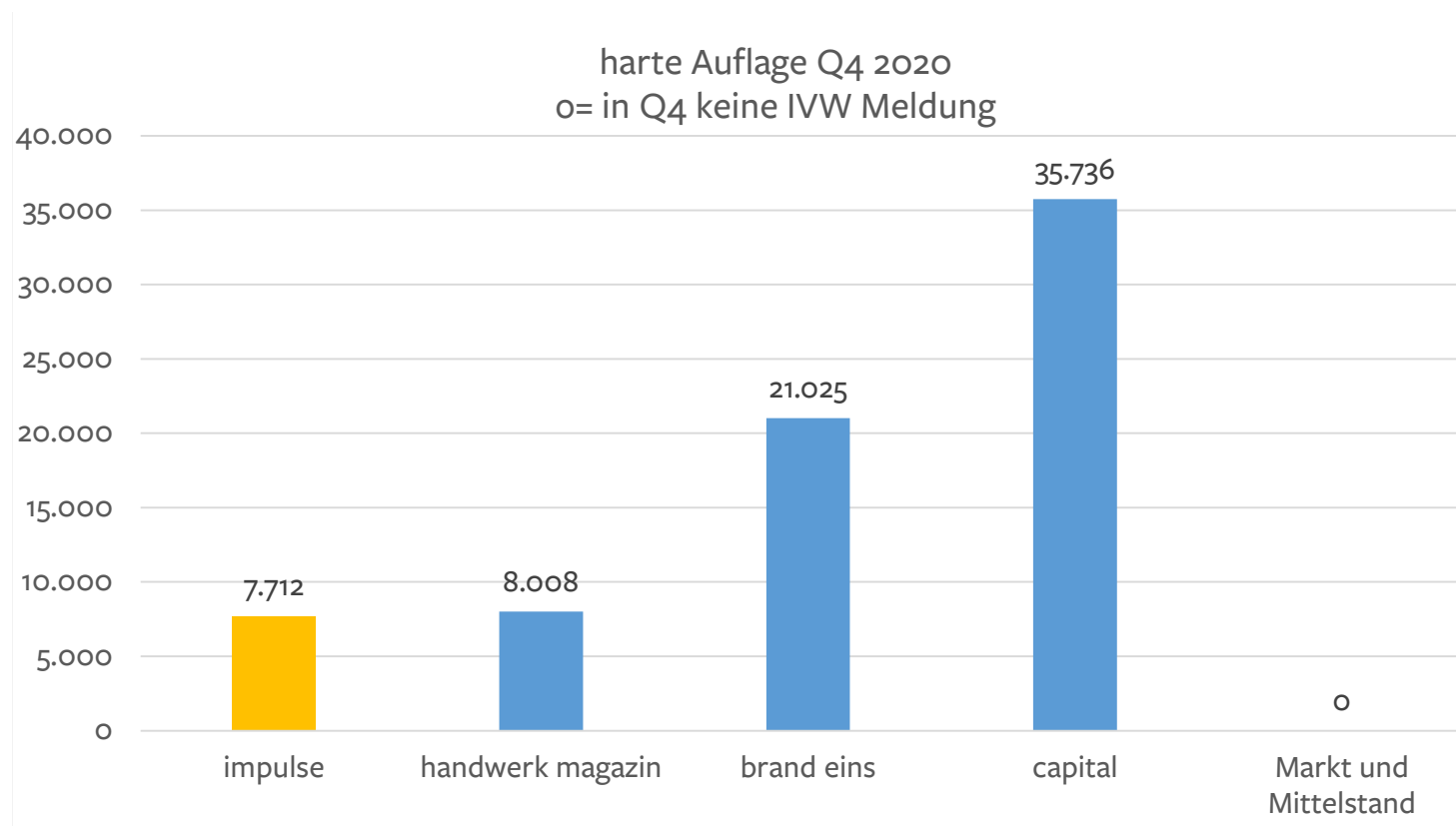
09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE

DER MARKTVERGLEICH

Der **wichtigste Auflagenbestandteil** bleibt trotz aller Veränderungen die **harte Auflage** mit den Abo- und Kioskverkäufen ohne Mitgliederbelieferung.



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT



IMPULSE PRINT

Der deutsche Mittelstand schätzt trotz Zunahme digitaler Kanäle nach wie vor Papier. Bewusst nutzt der impulse-Verlag für seine Magazine seit dem Neustart 2013 hochwertigeres Papier, um die Qualität der Inhalte auch über die Haptik zu vermitteln. Für deutsche Unternehmer gilt nach wie vor der Slogan „Print lebt!“

01

MARKE

02

ZIELGRUPPE

03

MARKTVERGLEICH

04

PRINT

05

PREISE UND
RABATTE

06

TERMINE

07

DIGITAL

08

LIVE

09

CROSSMEDIA

10

KONTAKT

IMPULSE

ANZEIGENPREISE UND RABATTE

Anzeigenpreis: Farb-/sw-Anzeigen

Formate auf Einzelseiten

1/1 Seite (Innenteil)	11.800,-
1/1 Seite (2. Umschlagseite)	14.000,-
1/1 Seite (3. Umschlagseite)	13.500,-
1/1 Seite (4. Umschlagseite)	14.400,-
1/1 Seite (1. rechte 1/1 Anzeige)	13.800,-
2/3 Seite	7.900,-
1/2 Seite	7.400,-
1/3 Seite	5.000,-
1/3 Seite (neben Editorial oder Inhalt)	5.900,-
1/3 Seite (Veranstaltungsseite)	4.500,-
1/4 Seite quer	3.300,-
1/6 Seite hoch	2.500,-

Formate auf Doppelseiten

2/1 Seite (2. Umschlagseite + Seite 3)	30.400,-
2/1 Seite (1. Doppelseite im Heft)	29.500,-
2/1 Seite (Innenteil)	23.600,-

Alle Nachlässe gelten je Werbungtreibenden und Abschlussjahr

Mengenstaffel

ab	3 Seiten	4 %
ab	4 Seiten	5 %
ab	6 Seiten	8 %
ab	8 Seiten	10 %
ab	10 Seiten	12 %
ab	12 Seiten	15 %

Erscheinungsweise: 10 x im Jahr

Copypreis: 399 Euro / Jahr (Stand: März 2021)

Durchschnittlich verbreitete Auflage: 9.000 Exemplare

Druckauflage impulse Magazin: 10.000 Exemplare

Alle Anzeigen werden in der impulse-App direkt auf die Kundenwebseiten verlinkt.

Mittlervergütung 15%, (ausgenommen technische Kosten)

Alle Rabatte gelten je Werbungtreibenden und Abschlussjahr, sie können nicht kumuliert werden.

Es kommt jeweils nur 1 Rabattstaffel zur Anwendung.

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE

KMU-PREISE

MIT WERBUNG WACHSEN Wer mit Anzeigen Unternehmer erreichen will, dem bietet impulse eine hervorragende Plattform. „Auch kleinere Firmen sollen in der Lage sein, über Anzeigen in impulse andere Unternehmer zu erreichen und zu wachsen“, sagt impulse-Herausgeber Nikolaus Förster. Maßstab für die Preise ist die KMU-Definition der Europäischen Kommission zu Kleinst- (0-9 Mitarbeiter), kleinen (10-49 Mitarbeiter) und mittleren Unternehmen (50-249 Mitarbeiter).

KMU-Preise nach Unternehmensgröße: Farb-/sw-Anzeigen

Formate	Kleinst- unternehmen (0 bis 9 Mitarbeiter)	Kleine Unternehmen (10 bis 49 Mitarbeiter)	Mittlere Unternehmen (50 bis 249 Mitarbeiter)
1/1 Seite (Innenteil)	7.080,-	9.440,-	10.620,-
1/1 Seite (2. Umschlagseite)	8.400,-	11.200,-	12.600,-
1/1 Seite (3. Umschlagseite)	8.100,-	10.800,-	12.150,-
1/1 Seite (4. Umschlagseite)	8.640,-	11.520,-	12.960,-
1/1 Seite (1. rechte 1/1 Anzeige)	8.280,-	11.040,-	12.420,-
2/3 Seite	4.740,-	6.320,-	7.110,-
1/2 Seite	4.440,-	5.920,-	6.660,-
1/3 Seite (neben Editorial oder Inhalt)	3.500,-	4.720,-	5.310,-
1/3 Seite	3.000,-	4.000,-	4.500,-
1/4 Seite quer	1.980,-	2.640,-	2.970,-
1/6 Seite hoch	1.490,-	1.990,-	2.230,-

Alle Preisangaben in Euro; die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen. AE-fähig.

01

MARKE

02

ZIELGRUPPE

03

MARKTVERGLEICH

04

PRINT

05

PREISE UND
RABATTE

06

TERMINE

07

DIGITAL

08

LIVE

09

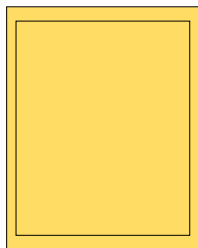
CROSSMEDIA

10

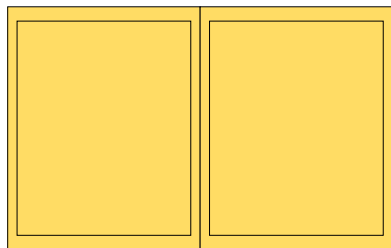
KONTAKT

IMPULSE

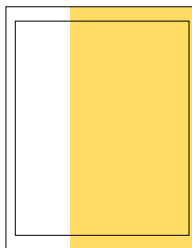
ANZEIGENFORMATE



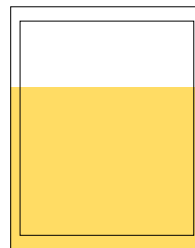
1/1 Seite
210 x 265 mm



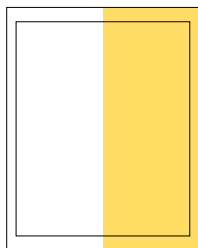
2/1 Seite
420 x 265 mm



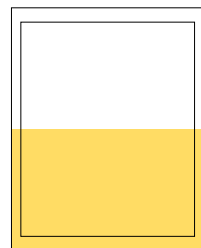
2/3 Seite hoch
133 x 265 mm



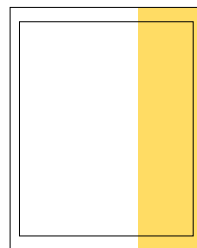
2/3 Seite quer
210 x 176 mm



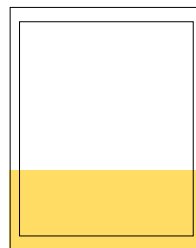
1/2 Seite hoch
102 x 265 mm



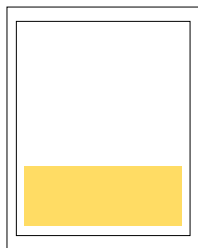
1/2 Seite quer
210 x 132 mm



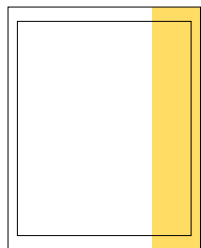
1/3 Seite hoch
73 x 265 mm



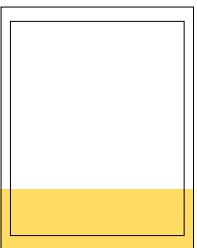
1/3 Seite quer
210 x 87 mm



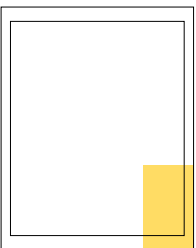
1/3 Seite quer
Veranstaltungsseite
176 x 67 mm



1/4 Seite hoch
53 x 265 mm



1/4 Seite quer
210 x 63 mm



1/6 Seite hoch
73 x 133 mm

SEITENMASS 210 x 265 mm

Beschnittzugabe oben und unten je 3 mm, rechts und links je 5 mm. Zusätzliche **Bundzugabe 5 mm** (wichtig für anschnittgefährdete Text- und Bildelemente). Sonderformate, Vorzugplatzierungen und Satzspiegelformat auf Anfrage. Abbildungen sind für Platzierungen nicht maßgebend.

Druckfarbprofil: Iso Coated v2_300

Alle weiteren Druckinformationen finden Sie hier:
www.duon-portal.de

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE SONDERFORMATE



FLYING PAGE: 4x 1/2 Seite plus U4



ZANGENBANDEROLE in Verbindung mit einer 1/1 Anzeige



COVER AD plus U2



AUFFALLEN Über impulse lassen sich Unternehmer ohne Streuverluste erreichen. Neben klassischen Anzeigen sind auch Sonderformate möglich: von Titel-Banderolen, -Flappen und Umheftern bis zu unabhängigen Dossiers – mit jeweils einem exklusiven Anzeigenpartner. Preise auf Anfrage.

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE ADVERTORIALS

KREATIV, INFORMATIV UND EMOTIONAL Je nach Bedarf konzipieren wir für Sie zielgruppengerechte Advertorials. Ihre Produkte und Dienstleistungen werden in einem individuellen Layout optimal in Szene gesetzt. Maßgeschneiderte Texte transportieren Ihre Markenbotschaft und wecken Emotionen. Die gesamte Produktion erfolgt in enger Abstimmung mit Ihnen. Je nach Wunsch arbeiten wir mit vorhandenem Fotomaterial oder organisieren ein individuelles Shooting.



Effizient erzeugter Strom ist die Energie der mobilen Zukunft

Porsche E-Performance.

Eine neue Generation Sportwagen.

Das ist nicht der Anfang, nicht der erste Schritt. Schon vor 100 Jahren befasste sich Ferdinand Porsche mit Elektromobilität, konstruierte den Lohner-Porsche sowie das weltweit erste Hybridfahrzeug – zur damaligen Zeit eine Sensation! Und auch noch heute setzt Porsche in der Hybridtechnologie Maßstäbe, sei es im Cayenne E-Hybrid oder Panamera 4 E-Hybrid.

Elektrizität hat den Auto-Rennsport in die Zukunft katapultiert

Im seriennahen GT-Rennsport schlug Porsche mit dieser Innovation nicht nur ein neues Kapitel auf im legendären 918 Spyder wurde das visionäre Antriebskonzept auch erfolgreich auf die Straße gebracht. Anspannend genug, auch mit weiteren E-Hybrid-Modellen Maßstäbe zu setzen. Durch eine Kombination aus Verbrennungsmotor und elektrischer Maschine, die zu Höchstleistungen fähig ist. Im Mittelpunkt stehen dabei nicht die Technologie und Ingenieurskunst, sondern immer der Porsche Fahrer.

Porsche E-Performance verwandelt Strom in ein nachhaltiges Antriebsmoment, das am Steuer für jede Menge Adrenalinausschüttungen sorgt. So werden Kraftstoffverbrauch und Emissionen mit einem Maximum an Fahrspaß reduziert. Der Autokonzern interpretiert Strom auf seine ganz eigene Weise – mit einem Ergebnis, das so performant wie effizient ist: Porsche E-Performance.

Von der Rennstrecke auf die Straße: die Porsche E-Hybrid-Motoren



VERBRAUCHSWERTE:
Panamera E-Hybrid Modelle: Kraftstoffverbrauch (lt/100 km): kombiniert 3,0-2,5; CO₂-Emissionen kombiniert 69-66 g/km; Cayenne E-Hybrid Modelle: Kraftstoffverbrauch (lt/100 km): kombiniert 3,4-3,2; CO₂-Emissionen kombiniert 79-72 g/km; Sportswagen E-Hybrid Modelle: Kraftstoffverbrauch (lt/100 km): kombiniert 3,4-3,2; CO₂-Emissionen kombiniert 79-72 g/km.

Mehr Informationen unter:
www.porsche.de/e-performance





Der neue Taycan. Der erste Elektro-Sportwagen mit der Seele eines Porsche.

Eine neue Dimension des Porsche Fahrens

Das Konzept Porsche E-Performance geht aber noch darüber hinaus: Es beinhaltet zukunftsweisende Konnektivität und eine durchdringende Ladeinfrastruktur für heute, morgen und übermorgen. Nach dem Motto „Gemeinsam in Richtung Zukunft fahren – und dabei niemals stehen bleiben“. Denn an die Zukunft denken, aber dabei Sport und Fahrspaß im Fokus zu haben, schließt sich bei Porsche nicht aus. Steht beispielhaft der Taycan. Der erste Elektro-Sportwagen mit der Seele eines Porsche und dem Ausblick in ein innovatives Zeitalter. Er steht stellvertretend für eine neue Ära voll elektrischer Sportwagen für den aktiven Lifestyle. Mit neuen Ideen und Konzepten. Mit intelligenten Technologien. Eben typisch Porsche.

Mit seinem zukunftsweisenden Antriebskonzept läuft Porsche bereits seit Jahren auf Hochtour – jetzt sind Sie dran. Erleben Sie eine neue Generation Sportwagen – mit Porsche E-Performance. Performance, electrified.

Advertorials sind Anzeigenseiten oder -strecken und müssen deshalb als Anzeige gekennzeichnet werden.

KOSTEN

Die Advertorials werden zum gültigen Seitenpreis berechnet und in den Jahresabschluss einbezogen. Gerne unterstützen wir Sie bei Bedarf mit dem Layout. Dafür berechnen wir die Setzkosten.

Preisbeispiel für ein ganzseitiges Advertorial:

1/1 Seite: 11.800,- Euro (rabatt und AE-fähig)

Setzkosten: 1.000,- Euro (nicht rabatt oder AE-fähig)

Gesamtsumme: 12.800,- Euro (zzgl. MwSt.)

KREATIONSKOSTEN

(inkl. Konzept, Text und Layout, exkl. Bildrechte und Fotoproduktionen)

2/1 Seite	3.000,-
1/1 Seite	2.300,-
1/2 Seite	1.900,-
Timing:	4 Wochen vor DU

SETZKOSTEN

(Anlieferung aller Rohdaten)

2/1 Seite	1.500,-
1/1 Seite	1.000,-
1/2 Seite	600,-
Timing:	3 Wochen vor DU

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE

AD SPECIALS

	Beilagen		Beikleber		Beihefter	
Definition	Beilagen sind verarbeitungsfertig angelieferte Produkte, die der Zeitschrift lose und mit der geschlossenen Seite zum Bund beigelegt werden. Das Maximalgewicht bedarf der Abstimmung. Warenproben und CDs auf Anfrage. Beilagen mit höherem Einzelgewicht können mit dem Hauptheft verpackt werden. Preise auf Anfrage.		Beikleber sind verarbeitungsfertig angelieferte Produkte, die auf eine Trägeranzeige aufgeklebt und durch den Interessenten abgelöst werden können.		Beihefter sind fest in eine Zeitschrift integrierte Drucksachen oder Prospekte eines Werbenden. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert oder auf Anfrage durch uns hergestellt werden.	
Grundpreis*	bis 30 g	4.900,-	bis 10 g	2.990,-	4 Seiten	5.990,-
	bis 50 g	5.400,-	bis 20 g	3.500,-	8 Seiten	6.490,-
	höhere Gewichte auf Anfrage		bis 30 g	3.900,-	12 Seiten	6.990,-
					16 Seiten	7.250,-
	Sonderformate auf Anfrage				Beihefter mit aufgeklebtem Element auf Anfrage	
Auftrags-/Rücktritts termine	Entsprechend des Anzeigenschlusses. Der Auftrag wird für den Verlag nach Vorlage eines Musters (5-fach) bei Auftragserteilung, spätestens aber 4 Wochen vor EVT, und dessen Billigung verbindlich.					
Belegung	Gesamtauflage (9.000) Verarbeitungszuschuss: 4%		Gesamtauflage plus Trägeranzeige mindestens 1/1 Seite (Berechnung lt. Preisliste)		Gesamtauflage plus Verarbeitungszuschuss: 2 %	

Die Preise für Ad-Specials können sich erhöhen, falls durch sie die Verarbeitung erschwert wird. Verbund-Ad-Specials sind nach Vereinbarung möglich. Die Übernahme von Beilagen und Beihefter in die impulse e-Paper Ausgabe erfolgt kostenfrei.

01

MARKE

02

ZIELGRUPPE

03

MARKTVERGLEICH

04

PRINT

05

PREISE UND
RABATTE

06

TERMINE

07

DIGITAL

08

LIVE

09

CROSSMEDIA

10

KONTAKT

IMPULSE AD SPECIALS

	Beilagen	Beikleber	Beihefter
Formate (Breite x Höhe)	Mindestformat: 105 mm x 148 mm Höchstformat: 200 mm x 255 mm	Mindestformat: 55 mm x 90 mm Höchstformat: 148 mm x 210 mm Stand des Beiklebers: mindestens 3 bis 6 cm vom Bund, sonst 2 cm von allen weiteren Seiten entfernt	Mindestformat: 105 mm x 148 mm Höchstformat: 210 mm x 255 mm Unbeschnittenes Format: 217 mm (inkl. 4 mm Vorderbeschnitt + 3 mm Bundfräse) x 260 mm (inkl. 5 mm Kopfbeschnitt) Beschnittenes Endformat: 210 x 255 mm Die Anlieferung ist im unbeschnittenen Format zur Weiterverarbeitung mit Kopfanlage erforderlich.
Papiergewicht	2-seitige Beilage: min. 115 g/qm	Postkarten: min. 135g/qm	4-seitige Beihefter: 80 – 170 g/qm
	4-seitige Beilage: min. 100 g/qm	andere Drucksachen: nach Absprache	8-seitige Beihefter: 70 – 150 g/qm
	6-seitige Beilage: min. 100 g/qm	maximale Dicke: 2 mm	12-seitige Beihefter: 70 – 135 g/qm
	umfangreichere: min. 60 g/qm		16-seitige Beihefter: 50 – 100 g/qm
Technische Hinweise	Beilagen werden maschinell mit der geschlossenen Seite zum Bund in das Heft eingefügt. Sie müssen als ein Teil verarbeitet werden können und an einer Seite geschlossen sein. Enthalten sie eine angeklebte Postkarte, muss diese seitlich an der geschl. Seite mit einer Streifenleimung angeklebt sein. Enthalten sie ein anderes aufgeklebtes Element, bedürfen sie der Absprache. Eine bestimmte Platzierung kann nicht zugesagt werden. Zickzack gefaltete Beilagen können nicht verarbeitet werden. Bei evtl. auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber den Ad Specials.	Warenproben müssen, 5-fach übereinanderliegend, einen Berstdrucktest von 10 kn für die Dauer von 15 Minuten standhalten und dürfen keine gefährlichen Inhalte haben. Der Verlag muss von allen Ansprüchen Dritter, die sich aus der Beiklebung ergeben könnten, freigestellt werden. Ebenso sind Schäden, die aus der Nichtbeachtung der technischen Anforderungen entstehen, zu ersetzen. Entstehen durch den Beikleber Entsorgungskosten, trägt diese der Auftraggeber. Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber den Ad Specials.	Beihefter, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Werbung erkennbar sind, müssen aus presserechtlichen Gründen mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden (mindestens in 10-Punkt-Versalien). Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber den Ad Specials.
Anlieferung	Ad Specials müssen einwandfrei verarbeitet und in unverschränkten Lagen zu 10 cm abgesetzt, Beihefter mit der Rückseite nach oben, Warenproben in Magazinkartons, transportsicher auf Euro-Paletten verpackt frei Druckerei geliefert werden. NEEF + STUMME GmbH, Schillerstraße 2, 29378 Wittingen. Gewünschte Annahmezeiten: Mo.–Fr. 9.00–16.00 Uhr Die Begleitpapiere müssen Angaben über Absender und Empfänger, Stückzahl der Transporteinheiten, Zeitschriftentitel, Inserent und Heftnummer enthalten. An jeder Verpackungseinheit sollte sichtbar ein Muster angebracht sein. Abweichungen von der Packnorm führen zu Mehrkosten. Eine Wareneingangskontrolle findet nicht statt.		

01

MARKE

02

ZIELGRUPPE

03

MARKTVERGLEICH

04

PRINT

05

PREISE UND
RABATTE

06

TERMINE

07

DIGITAL

08

LIVE

09

CROSSMEDIA

10

KONTAKT

IMPULSE

TERMINE 2021

Monat	Erstverkaufstag	Heft-Nr.	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Anlieferung Ad Specials
Februar	28.01.2021	02/2021	08.01.2021	13.01.2021	15.01.2021
März	25.02.2021	03/2021	05.02.2021	10.02.2021	12.02.2021
April	25.03.2021	04/2021	05.03.2021	10.03.2021	12.03.2021
Mai	29.04.2021	05/2021	09.04.2021	14.04.2021	16.04.2021
Juni	27.05.2021	06/2021	05.05.2021	10.05.2021	13.05.2021
Juli	24.06.2021	07+08/2021	04.06.2021	09.06.2021	11.06.2021
August	29.07.2021	Kiosk-Edition kompakt Nr. 13	05.07.2021	08.07.2021	12.07.2021
September	26.08.2021	09/2021	06.08.2021	11.08.2021	13.08.2021
Oktober	30.09.2021	10/2021	10.09.2021	15.09.2021	17.09.2021
November	28.10.2021	11/2021	08.10.2021	13.10.2021	15.10.2021
Dezember	25.11.2021	12/2021 + 01/2022	05.11.2021	10.11.2021	12.11.2021
Januar	09.12.2021	Kiosk-Edition kompakt Nr. 14	12.11.2021	18.11.2021	22.11.2021

* Anzeigenschlusstermin ist gleichzeitig Rücktrittstermin. Für Umschlagseiten gilt ein um eine Woche vorgezogener Anzeigenschluss und Rücktrittstermin.

Weitere Neuigkeiten erhalten Sie über unseren monatlichen Newsletter: www.impulse.de/anmeldung-anzeigen-newsletter

Folgende Themen finden Sie im Magazin:

- Digitalisierung
- Nachfolge
- Gründung
- Nachhaltigkeit
- Finanzierung
- Recruiting
- Mobilität
- Innovationen
- Altersvorsorge
- Versicherungen
- Führung
- Marketing
- Energie
- CRM-Systeme
- Messe

**Die genauen Termine werden 3 Monate vor EVT festgelegt.
Eine Themen-Übersicht der jeweiligen Ausgaben finden Sie hier:
www.impulse.de/mediadaten**

**Sie suchen ein spezielles Themen-
umfeld? Sprechen Sie uns gerne an!**

01

MARKE

02

ZIELGRUPPE

03

MARKTVERGLEICH

04

PRINT

05

PREISE UND
RABATTE

06

TERMINE

07

DIGITAL

08

LIVE

09

CROSSMEDIA

10

KONTAKT



KIOSK-EDITION IMPULSE KOMPAKT

GEBÜNDELTES WISSEN impulse kompakt ist das Praxismagazin für Mittelständler, Selbstständige und Gründer, die weiter wachsen wollen. Das Sonderheft, das die besten impulse-Recherchen zu einem Thema bündelt und sie um weitere Texte ergänzt, erscheint zwei Mal im Jahr. Alle Abonnenten und ausgewählte Verbandsmitglieder erhalten das Magazin, zudem wird es am Kiosk verkauft.



Umfang: 92 Seiten

Erscheinungsweise: 2 x im Jahr

Copy-Preis: 14,90 Euro

Auflage: 17.000 (verbreitete Auflage) / 20.000 (Druckauflage)

Lieferung an Abo- und Verbandsmitglieder,

Kiosk-Verkauf für 3 Monate, impulse Events

Zusatzeffekt für Anzeigenkunden: höhere Reichweite

DAS BESTE Ob Einblicke in Digitalisierungsstrategien, Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen, die Umsetzung von Kundenbindungsmaßnahmen oder Wachstumsrezepte von Start-ups – all das greift impulse kompakt auf.

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE KONTAKT



Impulse Medien GmbH

Industriehof
Hammerbrookstr. 93
D-20097 Hamburg
Geschäftsführer:
Dr. Nikolaus Förster

SALES MANAGERIN

Print und Online

CAMPAIGN & AD MANAGERIN

Online und Sonderformate

LIFESTYLE-ANZEIGEN

AUFTRAGSERTEILUNG

Erscheinungsweise

Erstverkaufstag

Copypreis

PZN

impulse magazin

Durchschnittlich verbreitete Auflage

Druckauflage

impulse kompakt

Durchschnittlich verbreitete Auflage

Druckauflage

DRUCKUNTERLAGEN

Die aktuellen und verbindlichen technischen Angaben finden Sie unter: www.duon-portal.de

Die zentrale digitale Druckunterlagenannahme erfolgt über www.duon-portal.de

Karina Khrustaleva

khrustaleva.karina@impulse.de

+49 40 60 94 52 254

Cathleen Kliche

kliche.cathleen@impulse.de

+49 40 60 94 52 224

Wencke von der Heydt

Inspiring Network GmbH & Co. KG

w.vd.heydt@inspiring-network.com

+49 40 60 02 88 741

media@impulse.de

12 x im Jahr* (10 reguläre Ausgaben + 2 impulse kompakt**)

Letzter Donnerstag des Monats

399 Euro / Jahr (Stand: März 2021)

505 027

9.000 Exemplare (Stand: März 2021)

10.000 Exemplare (Stand: März 2021)

17.000 Exemplare (Stand: März 2021)

20.000 Exemplare (Stand: März 2021)

Zahlungsbedingungen:

Rechnungen sind am Erstverkaufstag der Ausgabe fällig, in der die Anzeige veröffentlicht wird. Bei Vorauszahlungen, die in voller Höhe vor dem Erstverkaufstag beim Verlag eingehen, wird 2% Skonto gewährt (gilt nur für Print-Anzeigen), es sei denn, es bestehen noch ältere Verlagsforderungen. Bei Sonderrabatten wird kein Skonto gewährt, Bankeinzugsverfahren ist vereinbar. Bei Überschreitung des Zahlungsziels werden alle weiteren offenstehenden Rechnungen sofort fällig, unabhängig von den früher gewährten Zahlungszielen. Gemäß den geltenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden Verzugszinsen in Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositions-Kredite berechnet.

Geschäftsbedingungen:

Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die Zahlungs- und Geschäftsbedingungen, die beim Verlag zu beziehen oder unter impulse.de/mediadaten einzusehen sind. Aufgrund steuerlicher Vorschriften bitten wir bei Auftragserteilung um Angabe der Steuernummer und / oder der Umsatzsteuer-ID. Die in dieser Preisliste aufgeführten Angaben können unterjährig aktualisiert werden; den jeweils letzten, verbindlichen Stand dieser Preisliste finden Sie unter: impulse.de/mediadaten oder unter pz-online.de.



WISSEN, WAS ZÄHLT

Geprüfte Auflage
Klare Basis für den Werbekmarkt

*Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.

**Die Sonderausgaben impulse kompakt unterliegen nicht der IVW-Auflagenkontrolle.

01

MARKE

02

ZIELGRUPPE

03

MARKTVERGLEICH

04

PRINT

05

PREISE UND
RABATTE

06

TERMINE

07

DIGITAL

08

LIVE

09

CROSSMEDIA

10

KONTAKT

DANK

 impulse.de
impulse.de/ueber-uns

 impulse.de/shop

 impulse.de/akademie

 kreative-zerstoerer.de

 facebook.com/impulse

 twitter.com/impulse_inside

 impulse.de/youtube

 impulse.de/xing

 impulse.de/linkedin

 impulse.de/browserapp