

Rot ist das neue Grün!

Das grüne Wochenende am 4. & 5. April
in BILD und BILD am SONNTAG



Bild **Bild**
am Sonntag
media **impact**

Wir schreiben NACHHALTIGKEIT groß!

Das ökologische Bewusstsein wächst und immer mehr Leser von BILD und BILD am SONNTAG setzen auf **Nachhaltigkeit**. Deshalb greift die Redaktion am Wochenende vor Ostern dieses Thema über alle Branchen hinweg auf.

Mit einem Spezial in BILD am 4. April und einer Schwerpunktausgabe von BILD am SONNTAG am 5. April bieten wir Ihnen das perfekte Umfeld für Ihre „grüne“ Kommunikation.

**Geben Sie grünes Licht für Ihre Anzeige:
13,19 Mio. Leser versprechen nachhaltigen Erfolg!**



Energiesparen

Nachhaltig bauen

**Natur- und
Umweltschutz**

Haus und Garten

Klimaschutz

**Nachhaltig
reisen**

E-Mobility

**Nachhaltigkeit in
der Industrie**

Grün leben

**Gesunde
Ernährung**

**Nachhaltigkeit
im Alltag**

Regionale Produkte

Nachhaltiger Erfolg garantiert

64 %

der Leser von BILD und BILD am SONNTAG bevorzugen nach Möglichkeit Produkte aus der Region. Das sind insgesamt 8,62 Mio. Leser.

57 %

der Leser von BILD und BILD am SONNTAG achten ganz bewusst auf gesunde und ausgewogene Ernährung.

37 %

der BILD- und BILD am SONNTAG-Leser achten beim Kauf auf die Nachhaltigkeit der Produkte (Umweltverträglichkeit, keine Kinderarbeit etc.).

Verkauft, verkauft, verkauft! Ihre Platzierung im perfekten Umfeld!



Print und Digital mit stärkster Kaufaktivierung.

Werbung in BILD-Medien aktiviert fast drei Mal so stark wie TV und Radio.



Höchste Werbeerinnerung in gedruckten und digitalen News-Medien.

Werbung in BILD bleibt im Kopf. Die Werbeerinnerung ist bei BILD am höchsten.



In Print wird Werbung gemocht, bei BILD geliebt.

Bei keinem anderen Medium ist die Werbebewertung so positiv wie bei BILD.



Werbung beeinflusst maßgeblich die Kaufentscheidung!

Mit Werbung in BILD ist die Kaufwahrscheinlichkeit am höchsten.

Und so kann es aussehen ...

MEIN LEBEN Grüner leben Grüner leben Grüner leben | 23

Wege, unseren Planeten zu retten

Mal überraschend, mal simpel, mal überfällig: Mit diesen Alltags-Tipps tragen Sie dazu bei, dass auch die Kinder unserer Kinder noch eine Welt zum Leben haben. Es ist ganz einfach und Spaß macht es auch noch!

- 1** **Wasser sparen**
Nur wenn es unbedingt sein muss, duschen. Die Wassertemperatur nicht zu heiß einstellen. Das Wasser im Toilettengang nicht ablassen. Die Toilette mit einem Eimer Wasser füllen, um das Abfließen zu verhindern.
- 2** **Vorbei mit Stand-by**
Der Stand-by-Modus ist praktisch, weil der Computer sofort wieder einschalten kann. Doch der Strom, den dieser Modus verbraucht, ist ein Vielfaches höher als der, den der Computer im normalen Betriebszustand verbraucht.
- 3** **Lebensmittel richtig lagern**
Lebensmittel richtig lagern, um Verschwendung zu vermeiden. Obst und Gemüse in einem Korb oder in einem Behälter lagern, der mit Zeitungspapier ausgelegt ist. Milchprodukte im Kühlschrank lagern, der mit einem Behälter ausgelegt ist.
- 4** **Parzen mit Früchten**
Eine Mischung aus Obst und Gemüse ist die beste Wahl für eine gesunde Ernährung. Auch Bio-Produkte sind eine gute Wahl.
- 5** **Reife Gemüse**
Reife Gemüse ist nicht nur schmackhafter, sondern auch gesünder. Es enthält mehr Vitamine und Mineralstoffe.
- 6** **LEBENSSTIL**
Ein gesunder Lebensstil ist die Grundlage für ein langes Leben. Regelmäßige Bewegung, eine gesunde Ernährung und ein stressiges Leben sind die wichtigsten Faktoren.
- 7** **Schmetterlinge**
Schmetterlinge sind wichtige Bestäuber. Sie helfen, die Pflanzwelt zu erhalten. Sie sind auch ein wichtiger Bestandteil der Nahrungskette.

GRÜNE WÖRTE

„Nachhaltig“
Nachhaltigkeit ist ein Begriff, der in den letzten Jahren immer häufiger verwendet wird. Er bedeutet, dass wir unsere Ressourcen so nutzen, dass sie auch für die kommenden Generationen verfügbar sind.

„Bio“
Bio bedeutet biologisch. Es bezieht sich auf Produkte, die aus natürlichen Rohstoffen hergestellt sind und keine chemischen Zusätze enthalten.

„Organisch“
Organisch bedeutet, dass ein Produkt aus natürlichen Rohstoffen hergestellt ist und keine chemischen Zusätze enthält.

Mein Leben & ich

PLANZEN KÖNNEN FÜHLEN, WENN MAN SIE ANSCHAUEN, ZUMEN SIE NICHT PLÄTTER ZUSAMMEN

Die Pflanzenwelt ist ein riesiges Netzwerk von Leben. Die Pflanzen können fühlen, wenn man sie anschaut. Sie können auch miteinander kommunizieren. Das ist ein faszinierendes Thema, das in der Wissenschaft immer mehr Beachtung findet.

MEIN GARTEN IST WICHTIG

Der Garten ist ein wichtiger Teil unseres Lebens. Er ist ein Ort, an dem wir uns entspannen können und frische Lebensmittel produzieren können. Ein gut gepflegter Garten ist ein Zeichen für ein gesundes Leben.

So EINFACH ist es heute, BIO zu essen

Es ist heute einfacher denn je, Bio-Produkte zu kaufen. In Supermärkten, Online-Geschäften und auf Bauernmärkten sind Bio-Produkte leicht zu finden. Das macht es für jeden möglich, eine gesunde Ernährung zu wählen.

06 | 107

Was ist wichtiger: Wirtschaft oder Klimaschutz?

Ohne Wirtschaft geht nichts, und wir hätten nichts. Vier gute Gründe, warum wir nicht alles dem Klimaschutz unterordnen dürfen

68 Prozent der Deutschen halten Klimaschutz für wichtiger als Wirtschaftswachstum. Dafür gibt es mindestens vier gute Gründe

1. Wirtschaft ist die Grundlage für Klimaschutz

Ohne Wirtschaft geht nichts. Die Wirtschaft ist die Grundlage für den Wohlstand und die Lebensqualität. Sie ist auch die Grundlage für den Klimaschutz. Nur eine starke Wirtschaft kann die notwendigen Investitionen in grüne Technologien finanzieren.

2. Klimaschutz ist ein langfristiges Ziel

Der Klimaschutz ist ein langfristiges Ziel, das über Generationen hinweg verfolgt werden muss. Die Wirtschaft ist ein kurzfristiges Ziel, das sich über einen Zeitraum von Jahren realisieren lässt. Die Wirtschaft ist die Grundlage für den Klimaschutz.

3. Wirtschaft und Klimaschutz sind miteinander verknüpft

Wirtschaft und Klimaschutz sind miteinander verknüpft. Die Wirtschaft ist die Grundlage für den Klimaschutz. Die Wirtschaft ist die Grundlage für den Klimaschutz. Die Wirtschaft ist die Grundlage für den Klimaschutz.

4. Wirtschaft ist die Grundlage für den Wohlstand

Die Wirtschaft ist die Grundlage für den Wohlstand. Die Wirtschaft ist die Grundlage für den Wohlstand. Die Wirtschaft ist die Grundlage für den Wohlstand. Die Wirtschaft ist die Grundlage für den Wohlstand.

Und so kann es aussehen ...



Termine



Erscheinungstermin: 04.04.2020

Anzeigenschluss: 31.03.2020

DU-Schluss: 01.04.2020

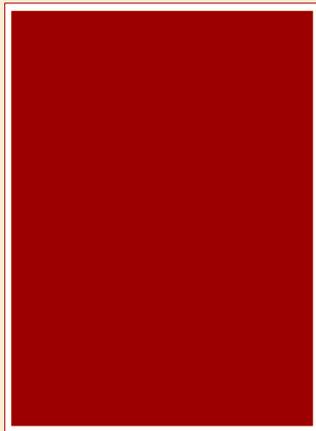


Erscheinungstermin: 05.04.2020

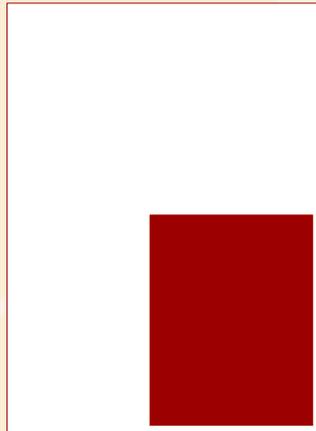
Anzeigenschluss: 25.03.2020

DU-Schluss: 27.03.2020

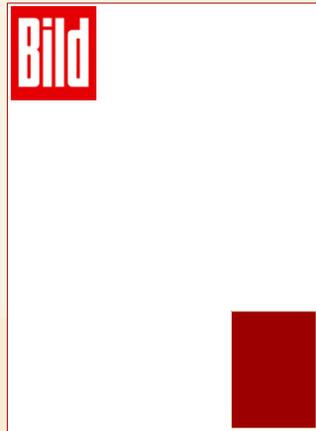
Beispielformate und Preise



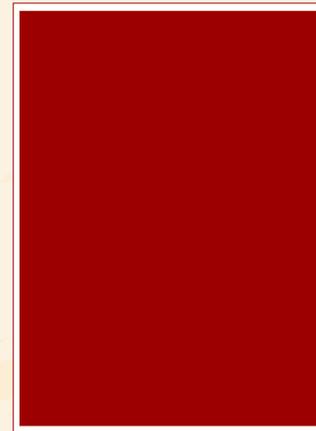
1/1 Seite
8 Sp., 376 x 528 mm
535.000 €



1.000er-Format
4 Sp., 187 x 250 mm
154.500 €



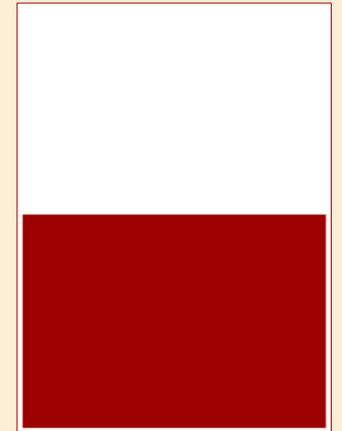
Titelseitenfuß
2 Sp., 92 x 135 mm
76.500 €



1/1 Seite
257 x 369 mm
98.000 €



9/16 Seite
191 x 276 mm
75.500 €

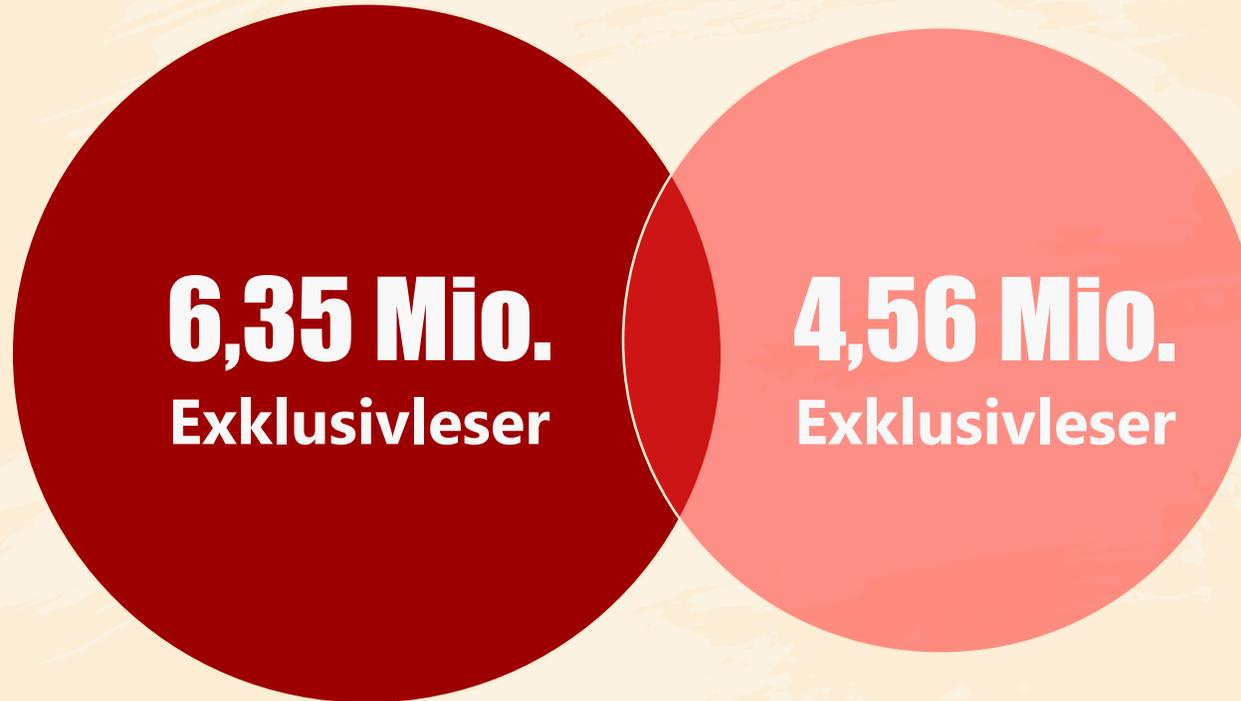


1/2 Seite
257 x 183 mm
67.800 €

Erreichen Sie 13,19 Mio. Leser



**8,63 Mio. Leser
gesamt**



**6,84 Mio. Leser
gesamt**

Unser nachhaltiges Angebot

Buchen Sie eine Anzeige (Mindestformat 9/16 Seite) in BILD am SONNTAG am 05.04. und profitieren Sie von einem 50 %-Vorteil bei den zusätzlichen Optionen.



Option 1:
1.000er-Format im
BILD-Spezial am 04.04.
für 77.250 € brutto

statt 154.500 €



Option 2:
9/16 Seite an einem
weiteren Termin im April
für 37.750 € brutto

statt 75.500 €



Die genannten Bruttopreise für die Zusatzschaltungen in BILD und BILD am SONNTAG sind zu 50 % vorrabbattiert und nur gültig bei einer Basisschaltung in BILD am SONNTAG am 05.04. (Mindestformat 9/16 Seite). Die Preise sind rabattbildend und -nehmend. 15 % AE-Provision wird bei Buchung über eine von uns anerkannte Werbeagentur gewährt. Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt. Für die Durchführung des Auftrages gilt die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung jeweils aktuell geltende Preisliste einschließlich der allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages.

Ihre Ansprechpartner

BILD am SONNTAG

Media Impact GmbH & Co. KG
Felix Becker
Axel-Springer-Straße 65
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 30 2591 768 28
felix.becker@mediainpact.de

BILD

Media Impact GmbH & Co. KG
Edda Feldkamp
Axel-Springer-Straße 65
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 30 2591 768 43
edda.feldkamp@mediainpact.de

Retail

Media Impact GmbH & Co. KG
Birgit Santoro
Axel-Springer-Straße 65
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 30 2591 712 32
birgit.santoro@mediainpact.de

Healthcare

Media Impact GmbH & Co. KG
Elmar Tentesch
Münchener Straße 101/09
85737 Ismaning
Tel.: +49 (0) 89 7 432 596 615
elmar.tentesch@mediainpact.de

Automotive & Mobility

Media Impact GmbH & Co. KG
Christoph Schulze
Neuer Zollhof 1
40221 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 211 159268 16
christoph.schulze@mediainpact.de

Luxury & Lifestyle

Media Impact GmbH & Co. KG
Kathleen Schwiezke
Theresienhöhe 26
80339 München
Tel.: +49 (0) 89 7 432 596 473
kathleen.schwiezke@mediainpact.de

Consumer Goods

Media Impact GmbH & Co. KG
Knut Müller
Theresienhöhe 26
80339 München
Tel.: +49 (0) 89 7 432 596 487
knut.mueller@mediainpact.de

Telecommunications & Electronics

Media Impact GmbH & Co. KG
Ingo Kölbl
Gerbermühlstraße 7-11
60594 Frankfurt
Tel.: +49 (0) 69 962385 20
ingo.koelbl@mediainpact.de

Finance, Services & Tourism

Media Impact GmbH & Co. KG
Marcus Brendel
Neuer Zollhof 1
40221 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 211 159268 22
marcus.brendel@mediainpact.de