

5 LUST AUF

SHOPPING



#LUST AUF SHOPPING

Ob virtuelles Einkaufen oder endlich wieder ein echtes Erlebnis in den Innenstädten: Es gibt viele Momente im Jahr, in denen die Konsumfreude besonders groß ist.

Wir boosten Ihren Abverkauf 2021 ganzjährig mit unseren reichweitenstarken und hochwertigen Specials, die Lust auf das Besondere machen!

#EndlichWiederGönnen
#BlackFriday
#Deals



SONDERAUSGABEN MIT REICHWEITEN BOOST

DIE „3 MILLIONEN“- BILD

BILD nutzt auch im Jahr 2021 wieder die kaufstarken Anlässe und verwandelt zwei Ausgaben in die „3 Millionen“-BILD – wie der Name verspricht mit einer spektakulären Auflage von jeweils 3 Millionen Exemplaren:

Beilegung von 800.000 Exemplaren in den BILD Metropol-Ausgaben und zusätzliche Verteilung von 2,2 Mio. Exemplare an Haushalte in den Ballungsräumen.

Die doppelte Auflage bietet Ihnen den optimalen Reichweiten-Boost für Ihr Produkt. Genau zur richtigen Zeit mit hohen Kaufimpulsen im Markt!



Erreichen Sie **über 15 Mio. Kontakte¹**
an einem Tag!

**1. ET:
NACH ENDE DES
LOCKDOWNS!**

&

**2. ET:
AM 25.11.2021
VOR BLACK FRIDAY,
DEM 1. ADVENT UND
CYBER MONDAY**



ZUSÄTZLICHE PREMIUM-ZIELGRUPPEN ANSPRECHEN

DIE EXKLUSIVSTE WELT

Spannende Interviews und besondere Einblicke machen Lust auf das Außergewöhnliche.

Seit 2019 erscheint einmal im Jahr die Exklusivste WELT. In 2021 widmet sich die WELT Chefredakteurin Dagmar Rosenfeld am 12. November in einer Sonderausgabe dem Thema Exklusivität.

Durch eine Zusatzverteilung in sorgsam ausgewählten Postleitzahl-Gebieten erreicht diese Ausgabe besonders einkommensstarke Regionen und Ihre Anzeigen somit zusätzliche, exklusive Premium-Zielgruppen.

ET: 12. NOV 2021



DIE PREMIUM-AUSGABE FÜR „KAUFKRÄFTIGE“

„DAS GÖNN ICH MIR“

Nach der erfolgreichen Premiere in 2020 wird dieses Premium-Format auch in 2021 fortgesetzt.

Das Hamburger Abendblatt widmet sich mit der Schwerpunktausgabe und einer zusätzlichen Druckauflage von 200 Tsd. Exemplaren dem Thema „Was macht Hamburg so lebenswert.“

Erreichen Sie mit einer Gesamtauflage von 340 Tsd. Exemplaren eine hoch attraktive Zielgruppe in einkommensstarken Gebieten.

Die Erscheinungstermine liegen ideal: jeweils Mittwoch vor Pfingsten und im November vor dem 1. Advent.

Hamburger Abendblatt

Robert Habeck im Interview Wer wird der grüne Kanzlerkandidat – oder die Kanzlerkandidatin? Seite 5

FREITAG, 20. NOVEMBER 2020 / 2,10 EURO EIN TITEL DER FUNKE MEDIENGRUPPE UNABHÄNGIG, OBERPARTeilICH | HAMBURG Nr. 27 / 43. WOCHE / 73. JAHRGANG



Zeit für etwas Schönes!
Corona morgens, Corona abends und noch dazu November. Aber Trübsal blühen? Nein, dankel! Auf vielen Abendblatt-Seiten sorgen wir heute für gute Laune: Wir kochen. Wir genießen Kunst. Wir erfahren, wie man glücklich lebt. Lassen Sie sich überraschen – und machen Sie mit!

Corona in Hamburg: 659 neue Fälle, aber insgesamt Rückgang

HAMBURG 11: Das war ein Dämpfer: Mit 659 Corona-Neuzufällen versenkte Hamburg am Donnerstag den zweit-höchsten Wert überhaupt. Die Suhrb-Tage-Inzidenz beträgt unverändert 14,6. Im Vergleich zu den ersten vier Tagen der Vorende sind die Zahlen über im Schnitt rund 15 Prozent niedriger. Seite 12: Die Corona-Lage in Hamburg



MENSCHLICH GESEHEN

Die Galeristin

Keine Reisen, keine Versammlungen, keine Kisten Roadshow (17) lässt sich durch das Corona-Jahr nicht ausbreiten. Die Galeristin aus Harvestehude hat gerade ihre Ausstellung „Private People“ eröffnet. Die spektakulären Fotografien sind um die Linsenmaßeblöcke als großes „Totenkam“ versetzt worden, um Publikum anzulocken und „Bewegung in den Betrieb zu bringen“. Denn die Galeristen haben während des Lockdowns weiterhin geöffnet. Kirchen Roadshow ist selbst: Fotografien ihrer ersten Kamera bekam sie mit neuen Jahren geschenkt. Sie liebt die Fotografie und ist auch zu Hause umgeben von Bildern. Der große Favorit ist Andreas Gursky. Seit 2004 vertritt sie namhafte Fotografen und Fotografien. Aber sie weiß auch, wie sich Scheitern anfühlt. Mit einem Galeriestudio ging sie baden, als die Bankkredit zusammenbrach. „Ich bin kreativ und überzeuge davon, dass ich auch diese Zeit überleben werde“, sagt sie. 196 Seite 17: Ich gönne mir ... Kunst!

DIREKTOR 21,00 DKK / €3990
OSTERREICH 2,40 EURO

170339 522154

78 Prozent der Schüler mit Corona infizierten sich außerhalb der Schule

Das zeigt eine erste Hamburger Studie. Senator Ties Rabe sagt: „Das Ergebnis hat uns selbst überrascht“

PETER ULRICH MEYER

HAMBURG 11: Diese Untersuchung kann wichtige Hinweise zur Ausbreitungsfahr mit dem Coronavirus an Schulen geben: Nach einer ersten Auswertung der Schulbehörde haben sich 393 der 373 Schülerinnen und Schüler, die zwischen Sommer und Herbstferien (4. August bis 4. Oktober) infiziert haben, mit bisher Wahrscheinlichkeit außerhalb der Schule angesteckt. Das sind 78 Prozent oder rund vier von fünf Schülern.

„Das Ergebnis hat uns ein Stück weit selbst überrascht“, sagte Schulsenator Ties Rabe (SPD) bei der Präsentation der Studie. Er finde es „schwierig und belastend, mit welcher Lebhaftigkeit die Gefährlichkeit von Schulen diskutiert wird“, obwohl es bislang nur wenig Daten zum Infektionsrisiko in Unter-

sicht gebe. Die Hamburger Untersuchung könne das einen ersten „Fingerzeig“ geben. Experten der Schulbehörde haben sich laut Rabe „mit großer Mühe“ daran gemacht, die einzelnen Infektionen zu rekonstruieren. Dabei wurden Gespräche mit den Schülern, Eltern, Lehrern, Schulleitungen und der Schulaufsicht geführt, um den Zeitpunkt und die Umstände der Infektion zu überprüfen.

Die Untersuchung hat ergeben, dass nur bei 196 Schülerinnen und Schülern (52,3 Prozent) zur Zeit der Ansteckung an der Schule und in der Jahrgangsstufe ein weiterer Corona-Fall registriert war. In 47 dieser Fälle habe eine Infektion jedoch klar außerhalb der Schule stattgefunden. In Betracht kommen dabei die Familie oder private Feiern. Nur 80 (21,5 Prozent) der 373 Fälle infizierter Schülerinnen und Schüler hätten sich eindeutig auf eine Ansteckung außerhalb der Schule zurückgeführt werden können.



Es sieht nach „vielen offenen Fragen“. Hamburgs Schulsenator Ties Rabe (SPD). 19/10/2020

„In diesen Fällen müssen wir davon ausgehen, dass sich die Schüler vielleicht in der Schule infiziert haben“, sagte Rabe. Vom 4. August bis zum 4. Oktober meldeten insgesamt 171 der 473 Hamburger Schulen Corona-Infektionen von Schülern. Der Senator betonte, dass es noch viele offene Fragen gebe. So sei nicht geklärt, ob es an Schulen bei einer Infektion nicht einen weiteren erkrankten Schüler gegeben habe, der unerkannt an der Schule und in der Jahrgangsstufe geblieben sei, weil er keine Symptome gehabt habe. Um Klarheit über die Rolle der Schulen bei der Verbreitung des Virus zu gewinnen, will die Kultusministerkammer eine wissenschaftliche Studie in Auftrag geben, in deren Rahmen auch die Hamburger Daten noch einmal ausgewertet werden sollen.

S. 11: Welche Schulfächer besonders betroffen ist

baden in Barmbek
Die Badausstellung in ihrer Nibel
Alter Teichweg 37-39
22081 HH-Barmbek
Dusche
www.wesemeyer.de

AUTOPOSER IN HAMBURG
1000. Fahrzeug beschlagnahmt
HAMBURG 11: Aus dem Auspuff schlugen Flammen. Die „Soko-Autoporter“ hat einen VW Scirocco (200 PS) aus dem Verkehr gezogen – im Jubiläum. Seite 18: 1000-igste Auto seit 2017

THERAPIE MIT NÄHRSTOFFEN
Erfolg gegen Alzheimer
BERLIN 11: Ein spezielles Nährstoff-Mittel kann das Fortschreiten einer Alzheimer-Erkrankung über die Jahre deutlich abbremsen. Zu diesem Ergebnis kam eine große Studie aus vier EU-Ländern. Seite 30: „Das Rezept ist kein Geheimnis“

SERIE: HAMBURGENSEN
Corona? Ab auf die Alster!
HAMBURG 11: Die Pandemie hat die Liebe der Hamburger zu ihrer Alster noch einmal befestigt: Noch nie waren so viele Menschen auf ihr unterwegs. Seite 16: SUP-Baust, Schlaßbaust, Segel...

KEINE ZEIT FÜRS WETTER
Schönes Wochenende!
Schauer? 7 Grad? Nachts Glitzer? Rauf auf die Couch! Doch keine Trübsal! Wie werden die Wochen sein? Seite 31

Wetter, Verkehr, Kontakte	4
Politik	1-4
Wirtschaft	7-10
Sport	9
Hamburg	11-18
Wissen	19
Kultur	17-18, 21
Video	25
3D-Anzeige	26
Auto-Test	28
Spezial	29
Wissen	30
Wetter, Baust	31
Hamburg, Impressum	32
Redaktion	33

Kino-Chef: 7,5 Millionen Euro Verlust – 50.000 Euro Hilfe

HAMBURG 11: „Unbürokratisch“ wollte der Bund denjenigen Mitarbeitern helfen, die ihr Gehalt wegen der Corona-Pandemie weniger als die Hälfte erhalten. Doch im Einzelnen sehe die Praxis ganz anders aus, sagt der Hamburger Kino-Unternehmer Hans-Joachim Pflügel, dem unter anderem die Aton Film Lounge in der HafenCity gehört. Aus. Seite 9: „Finanzschwache Ungerechtigkeit“

Ex-Wirecard-Chef Braun entlastet Aufsichtsbehörden

BERLIN 11: Jahrelang sollen Bilanzengleiche werden sein, und am Ende waren 1,9 Milliarden Euro nicht mehr auffindbar. Der Skandal um den insolventen Finanzdienstleister Wirecard hat viele Anleger viel Geld gekostet. Gestern hat sich Ex-Chef Markus Braun vor dem Untersuchungsausschuss des Bundestages gefoltert. In einer kurzen Erklärung sagte er, er habe keine Hinweise, dass Behörden oder Politiker sich inkompetent verhalten hätten. Zu seiner eigenen Verantwortung berief sich Braun, der wegen Verdachts auf „Jahresberater“ in U-Haft sitzt, auf sein Ausgrenzungsverweigerungsrecht. Der Ausschuss soll klären, ob Politiker oder Behörden im Wirecard-Fall ihre Aufsichtspflicht vernachlässigt haben. JA Seite 4: Letztlich Seite 6: Bericht

Bundestag prüft juristisches Nachspiel für AfD-Abgeordnete

BERLIN 11: Bundestagabgeordnete wurden auf den Fluren und in den Büros des Parlaments von Bewachern bedrängt, belästigt und gefoltert. Die bedrückten Vorfälle am Rand der Abstimmung über das Infektionschutzgesetz und der „Quarantäne“-Debatte am Mittwoch haben jetzt möglicherweise ein juristisches Nachspiel. Aus einem Schriftstück der Bundestagsverwaltung geht hervor, dass insgesamt vier Bewacher, die unter anderem auch Wirtschaftsminister Peter Altmaier (CDU) vor einem Aufruf verbal attackiert hatten, von den AfD-Abgeordneten einen Verfassungsverstoß gemeldet waren. Der Ausschuss des Bundestages prüft jetzt gegen sie strafrechtliche Konsequenzen. Das könnte für diese nach einer Aufhebung ihrer Immunität Ermittlungsverfahren zur Folge haben. Der rechtliche Ansatzpunkt wäre Paragraph 106 Strafgesetzbuch (Nötigung des Bundestagespräsidenten und von Mitgliedern eines Verfassungsorgans). Die AfD-Abgeordneten könnten sich der Behörde schuldig gemacht haben. Seite 4: Letztlich Seite 6: Bericht



ZUM DRITTEN MAL IN FOLGE HAMBURGS BESTES KÜCHENSTUDIO
BESTES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNISS
SICHERHEIT und Weg zu Ihrer Traumküche.
www.hansa-kuechen.com

ICON & MR ICON

Selbstbewusst setzt ICON auch in 2021 auf hohe Erscheinungsfrequenz mit 9 Ausgaben.

In jeder Ausgabe stellt ICON glaubwürdig und mit klarer Haltung in opulenter, innovativer Ästhetik die Trends aus verschiedenen Themenbereichen vor:

- Fashion
- Uhren
- Schmuck
- Design
- Automotive

Mr ICON erscheint zwei Mal jährlich im März und Oktober.



DIE WELT UHREN

Seit der Lancierung in 2012 steht DIE WELT UHREN inhaltlich wie optisch für die Faszination mechanischer Uhren und richtet sich vornehmlich an eine maskuline Entscheider-Zielgruppe.

Unter der redaktionellen Leitung von Dr. Philip Cassier geht das Magazin nicht nur Traditionen, technischer Innovation und Handwerkskunst nach. Auch die Menschen hinter den Marken und in den Ateliers spielen eine große Rolle.

DIE WELT UHREN widmet sich einem Metier, das Tradition und Innovation gleichermaßen wertschätzt, durch neue Perspektiven überrascht und dies stets mit großer Kompetenz.

ET UHREN I: 08.04.2021
ET UHREN II: 18.11.2021



DAS SHOPPING EVENT DES JAHRES

BLACK WEEK BEI BILD

Profitieren Sie in der Black Week von exklusiven Tagesfestplatzierungen mit aufmerksamkeitsstarken Sonderformaten auf der Homepage und maximalen Reichweiten.

Die Black Week bei BILD boomt seit Jahren und genießt hohe mediale Aufmerksamkeit. Sichern Sie sich zeitig die besten Plätze und erreichen Sie Schnäppchenjäger und kauffreudige User auf BILD.de mit Ihren grandiosen Deals.

Potentielle Erweiterung der Kampagne im Media Impact Portfolio möglich.



BLACK WEEK Homepage
Max. 7 Termine verfügbar!

BLACK WEEK BILD Run Max:
Max. 7 Termine verfügbar!

Weitere Angebote auch auf

welt

TRAVELBOOK **TECHBOOK**
myHOMEBOOK **STYLEBOOK**



SCHNÄPPCHENJAGD LEICHT GEMACHT

DIE BESTEN DEALS AUF COBI

Live Berichterstattung über die besten Angebote und Schnäppchen-News auf COMPUTER BILD.

Black Friday und Cyber Monday lösen auch bei uns immer größere Hypes aus. An beiden Tagen bietet der Einzel- bzw. Online-Handel seinen Kunden eine Vielzahl von Schnäppchen an.

Der Black Friday hat sich mittlerweile zu einem globalen Sonderverkaufstag entwickelt. Und so wird diese Rabattschlacht mittlerweile auch in Deutschland ausgetragen.

Termin:

26.11.2021 |
Black Friday

29.11.2021 |
Cyber Monday



DIE GRÖSSTE REICHWEITE DEUTSCHLANDS

DEUTSCHLAND DEAL

Durch die Vermarktungskoooperation von Media Impact und der Ad Alliance erreichen Sie mit 8 TV-, 124 Print- und 358 Digital-Marken¹ ganz Deutschland!

Mit unserer gemeinsamen Marken-Power und konzeptionellen Stärke kreieren wir für Sie Kampagnen, die passgenau auf Ihre Zielgruppen zugeschnitten sind und über alle Kommunikationskanäle ausgespielt werden können.

Profitieren Sie von einer Sensations-Reichweite in Höhe von 70,17 Mio. Nutzern.

REBRUSH IM
JANUAR 2021!



TV

vermarktet durch
Ad Alliance



PRINT

vermarktet durch
Ad Alliance



vermarktet durch
Media Impact

DIGITAL

vermarktet durch
Ad Alliance



vermarktet durch
Media Impact



61 Quelle: * best for planning 2020 III, Basis: Grundgesamtheit 14+ Jahre, LpA (Monatsvollbelegung), DGA NpM, SpT (Monatsvollbelegung) **Portfolio Media Impact & Ad Alliancen ***Mindestbuchungszeitraum 14 Tage.

BILD MARKENKONZEPTE UND DEUTSCHLAND KAUFFT



Noch mehr Performance
und Sichtbarkeit in 2021

VOLKS-PRODUKT

Volks.Rente
neue leben
Willkommen Zukunft

Die private Vorsorge für alle!
Einfach. Flexibel. Günstig.
Volks-Rente!

ANZEIGE

Das Hero-Markenkonzept für den Abverkauf
massenmarktfähiger Produkte.

PRODUKT-TIPP

Kaffeegenuss.Tipp

COFFEESHOP-GENUSS FÜR ZUHAUSE

ANZEIGE

Die branchenspezifische Empfehlung für Produkte.

AKTION FÜR DEUTSCHLAND

AKTION FÜR DEUTSCHLAND

Bild.de
DIGITALER KLASSENRAUM FÜR DEUTSCHLAND

Neues Lernen mit neuen Helfern

ANZEIGE

Das erfolgreiche Gütesiegel für Produkte und
Dienstleistungen.

WELT MARKENKONZEPTE KAUFKRÄFTIGE PREMIUMLESER AKTIVIEREN



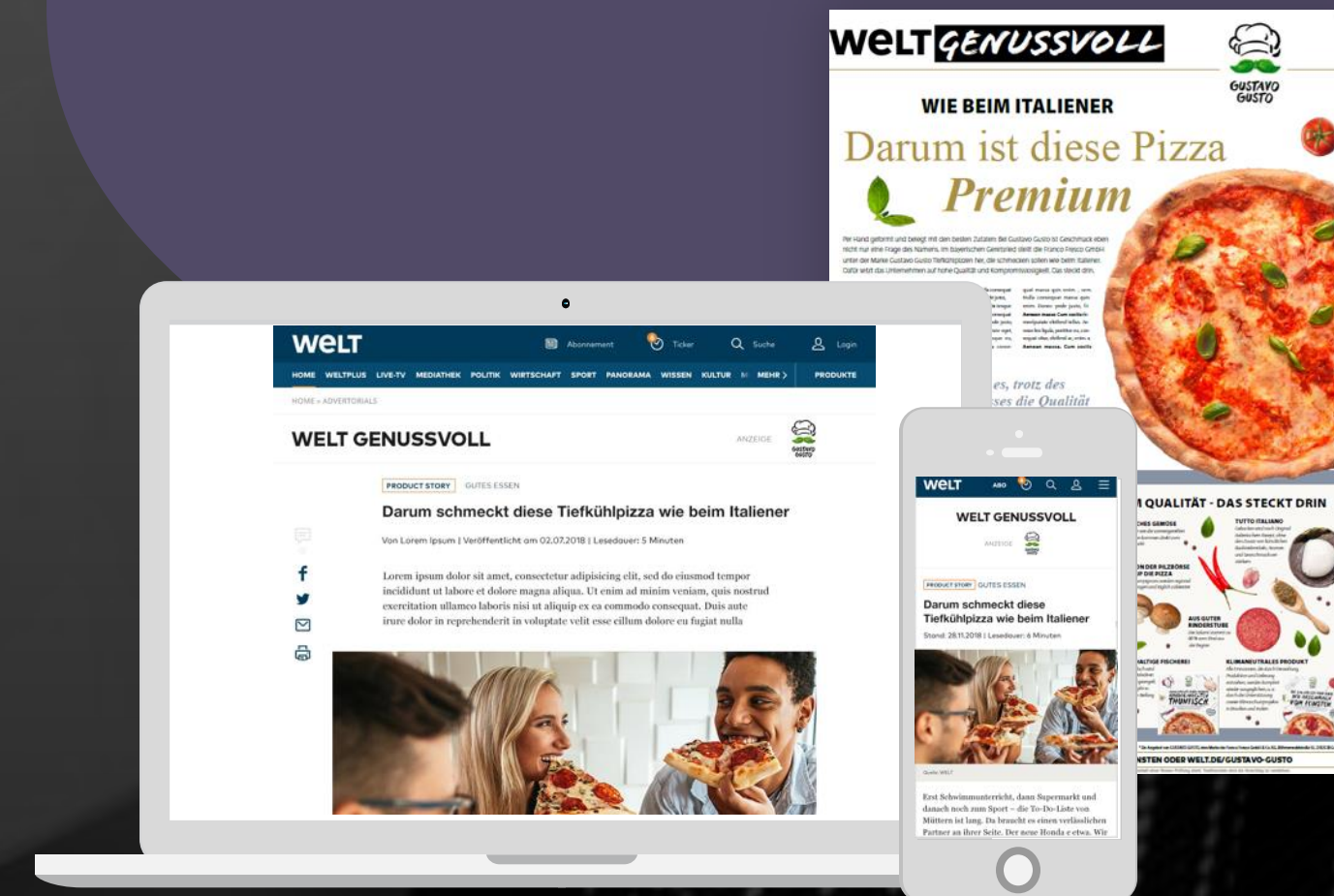
Noch mehr Performance
und Sichtbarkeit in 2021

WELT PREMIERE
WELT PREMIERE

WELT GENUSSVOLL
WELT GENUSSVOLL



Produktneuheiten opulent in Szene gesetzt.



Die ideale Kommunikationslösung für alle Premium
Food Kunden.

WIR FREUEN UNS AUF DIE GESPRÄCHE MIT IHNEN.

NATIONAL SALES

 **Managing Director Crossmedia**
Media Impact GmbH & Co.KG
Matthias Schönwandt
Zimmerstraße 50
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 151 2913 8888
matthias.schoenwandt@axelspringer.com

 **Director Luxury & Lifestyle**
Media Impact GmbH & Co.KG
Kathleen Schwiezke
Theresienhöhe 26
80339 München
Tel.: +49 (0) 151 440 478 34
kathleen.schwiezke@axelspringer.com

 **Director Automotive & Mobility**
Media Impact GmbH & Co.KG
Christoph Schulze
Neuer Zollhof 1
40221 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 151 161 570 04
christoph.schulze@axelspringer.com

 **Director Retail**
Media Impact GmbH & Co.KG
Birgit Santoro
Zimmerstraße 50
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 151 528 500 43
birgit.santoro@axelspringer.com

 **Director Consumer Goods**
Media Impact GmbH & Co.KG
Knut G. Müller
Theresienhöhe 26
80339 München
Tel.: +49 (0) 151 161 570 08
knut.mueller@axelspringer.com

 **Senior Manager Brand Partnerships
Sports Betting**
Media Impact GmbH & Co.KG
Lena Sachse
Zimmerstraße 50
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 151 440 476 75
lena.sachse@axelspringer.com

 **Director Finance, Tourism & Services**
Media Impact GmbH & Co.KG
Marcus Brendel
Neuer Zollhof 1
40221 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 160 987 724 94
marcus.brendel@axelspringer.com

 **Director Telecommunications & Electronics**
Media Impact GmbH & Co.KG
Ingo Kölbl
Gerbermühlstraße 9
60594 Frankfurt/Main
Tel.: +49 (0) 151 161 570 05
ingo.koelbl@axelspringer.com

 **Head of Healthcare**
Media Impact GmbH & Co.KG
Elmar Tentesch
Münchener Straße 101/09
85737 Ismaning
Tel.: +49 (0) 172 775 91 27
elmar.tentesch@axelspringer.com

INTERNATIONAL SALES

 **Head of International Sales**
Media Impact GmbH & Co.KG
Fellin Wolter
Zimmerstraße 50
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 151 440 470 64
fellin.wolter@axelspringer.com

 **UK/US/France**
Media Impact GmbH & Co.KG
Patricia Meier Woster
9 Wimpole Street
3rd Floor London W1G 9SG
United Kingdom
Tel.: +44 (0) 207 836 43 13
patriciameier@axelspringer.co.uk

 **Italy**
Axel Springer Media Italia S.r.l.
Laura Ferri
Via Leopardi No 22
IT-20124 Milan
Tel.: +39 (0) 2 43 98 18 65
ferri@axelspringer.it

DIGITAL SALES

 **Senior Director Digital Sales**
Media Impact GmbH & Co.KG
Benedikt Faerber
Zimmerstraße 50
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 151 64 17 30 34
benedikt.faerber@mediainpact.com

 **Director Digital Sales West**
Media Impact GmbH & Co.KG
Sven Heintges
Neuer Zollhof 1
40221 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 151 58451106
sven.heintges@mediainpact.com

 **Director Digital Sales Mitte/Südwest**
Media Impact GmbH & Co.KG
Philipp Matschoss
Gerbermühlstraße 9
60594 Frankfurt/Main
Tel.: +49 (0) 151 44619898
philipp.matschoss@mediainpact.com

 **Unit Manager Digital Sales Mitte/Südwest**
Media Impact GmbH & Co.KG
Daniel Seiler
Zeppelinstraße 116
73730 Esslingen
Tel.: +49 (0) 151 16157006
daniel.seiler@mediainpact.com

 **Director Digital Sales Süd**
Media Impact GmbH & Co.KG
Daniel Maubach
Theresienhöhe 26
80339 München
Tel.: +49 (0) 151 12446577
daniel.maubach@mediainpact.com

 **Director Programmatic Business**
Media Impact GmbH & Co.KG
Alexander Wieghard
Zimmerstraße 50
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 160 90455837
alexander.wieghard@mediainpact.com

 **Head of Sales Nord/Ost**
Media Impact GmbH & Co.KG
Emily Mierendorff
Zimmerstraße 50
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 151 44047127
emily.mierendorff@mediainpact.com

 **Stellv. Director Digital Sales Nord**
Media Impact GmbH & Co.KG
Jörn Brauner
Axel-Springer-Platz 1
20350 Hamburg
Tel.: +49 (0) 151 44047716
joern.brauner@mediainpact.com

