



BUCHVERLAGE 2023

IN WELT AM SONNTAG, DIE WELT UND AUF WELT.DE UND IM DIGITALEN AXEL SPRINGER-PORTFOLIO

RUBRIKEN IN DER WELT FAMILIE

BUCHVERLAGE

DIE WELT FAMILIE



Der WELT-Tipp auf welt.de

KENNZAHLEN WELT AM SONNTAG¹

Reichweite:

1,05 Mio. Leser

verkaufte Auflage:

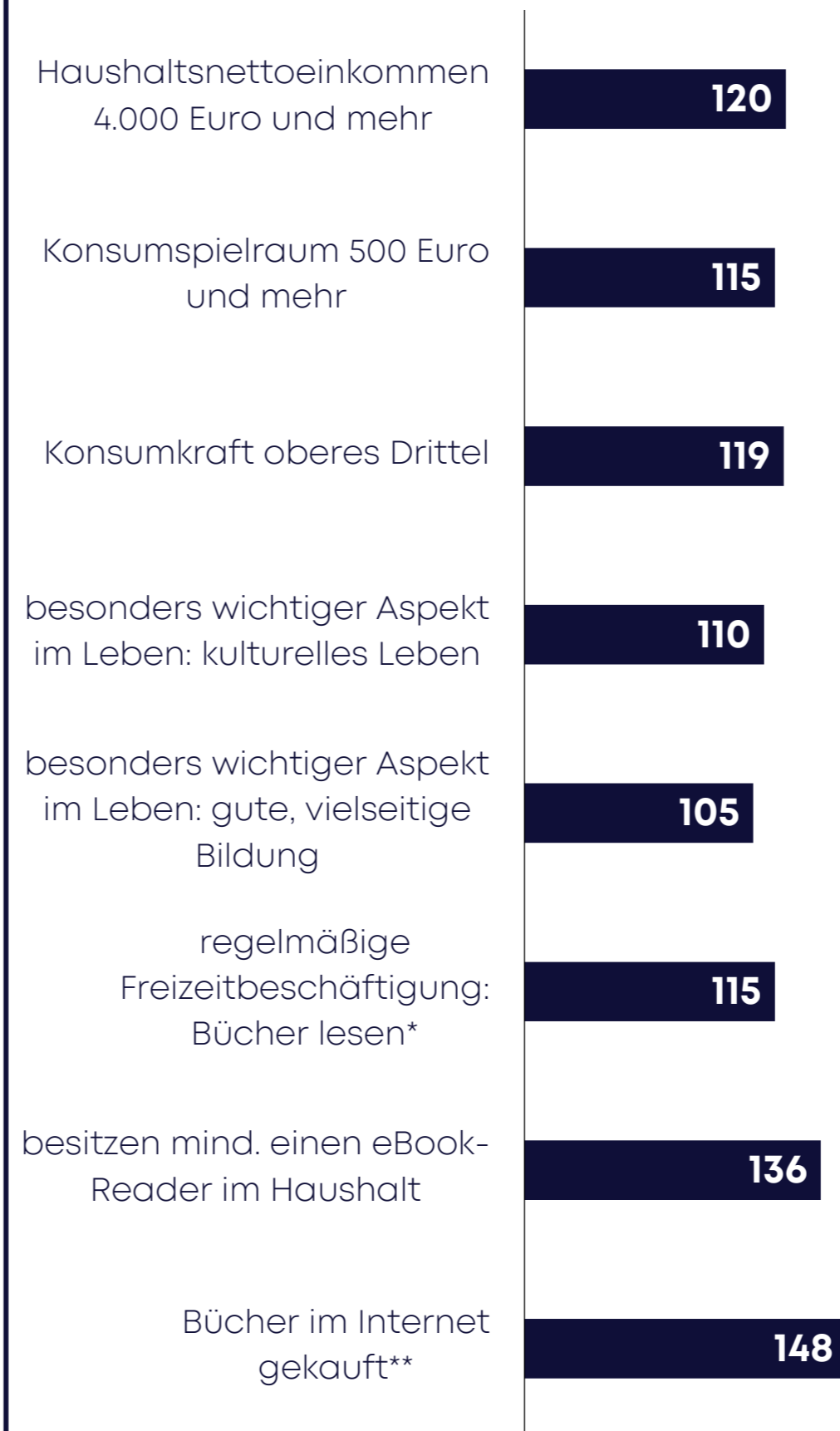
315.374 Expl. (IVW 2022/III)

Entscheider:

227.000 (LAE 2022)

861 Tsd. Leser von WELT AM SONNTAG sind an Büchern interessiert. (Index=134)
35% der Leser von WELT AM SONNTAG besitzen eine hohe Ausgabebereitschaft für Bücher. (Index=185)

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN²

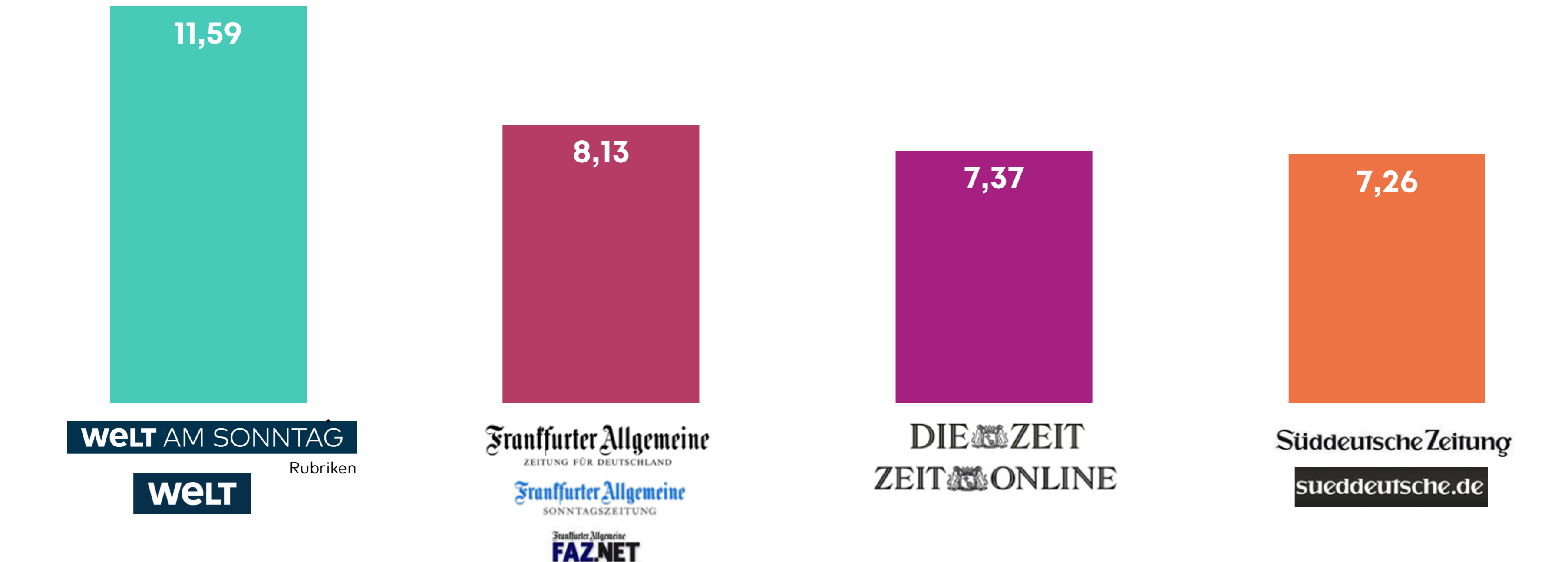


KENNZAHLEN WELT MARKE²

13,22 Mio. Leser und User nutzen DIE WELT, WELT AM SONNTAG oder WELT DIGITAL pro Woche. Die Marke WELT ist damit das größte crossmediale Medium im Segment der Qualitätszeitungen. 3,98 Mio. dieser Leser und User gehören zur jungen und konsumkräftigen Zielgruppe der 30 bis 49-Jährigen. (Index=104)
3,70 Mio. Leser und User der Marke WELT haben einen Studienabschluss. WELT erreicht somit die Bildungselite. (Index=151)
8,09 Mio. Leser und User der Marke WELT lesen regelmäßig Bücher*. (Index=115)

NUMMER 1 DER DEUTSCHEN QUALITÄTSMARKEN

Crossmediale Wochenreichweite (in Mio.)



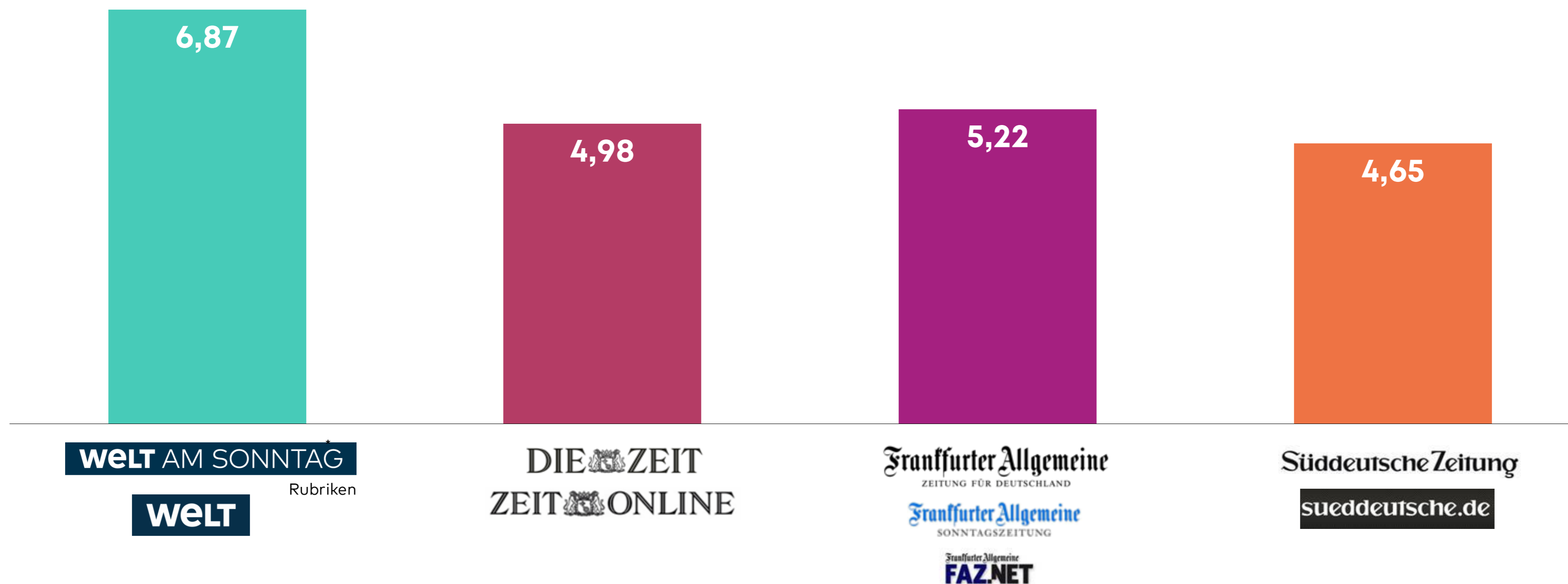
WELT AM SONNTAG

Marktführer in den meisten Bundesländern



WELT ERREICHT MEHR ALS 7 MIO. BESUCHER

Leser/Nutzer von Büchern bzw. eBooks (in Mio.)*



Quelle: b4p 2022 II, Basis: deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre, Print (Ø LpA) + Digital (jeweils stationär + mobile, Ø NpW); *Freizeitbeschäftigung: mind. 1x im Monat Bücher lesen oder eBook-Reader nutzen (privat/beruflich)

PREISE



Print Gesamt

	Mo.–Fr.	Sa./So. ^{1,5}	Sa./So.+Mo.–Fr. ^{1,2,4}
	Preise s/w-farbig	Preise s/w-farbig	Preise s/w-farbig
Buchverlagsanzeigen			
Platzierung auf Anzeigenspalten ohne Alleinstellung			
mm-Grundpreise 10–2.111 mm	5,25	9,85	10,00
Anzeigen mit Alleinstellung			
Streifenanzeigen/Eckfeldanzeigen ab 1.000 mm	5,70	15,50	15,60
1/2-Seite	11.088,00	20.803,20	21.120,00
1/1-Seite	22.176,00	41.606,40	42.240,00
Textteilanzeigen³			
1–2-spaltig/10–200mm, je Textspalten mm	24,20	37,90	38,00

Diese Anzeigen werden ausschließlich in buchaffinen Ressorts platziert.

Buchverlagsanzeigen stehen von Montag bis Freitag im buchaffinen Umfeld der **WELT** und Samstag und Sonntag in **WELT AM SONNTAG** im Kulturbuch oder in der Literarischen Welt.

Weitere Informationen unter mediaimpact.de/de/rubriken/buchverlage



¹ Umrechnungstabelle zur Formatanpassung an WELT AM SONNTAG Kompakt siehe Preisliste der WELT Nr. 101. • ² Kombinationsanzeigen müssen innerhalb von 14 Tagen erscheinen.
³ Textteilanzeigen ohne Umrechnungsfaktor. Bei Umrechnung von Text- in Anzeigenspalten ist ein Umrechnungsfaktor von 1,333 zu verwenden. • ⁴ WELT Print Gesamt = WELT AM SONNTAG + DIE WELT
⁵ WELT AM SONNTAG = WELT AM SONNTAG am Sa. und WELT AM SONNTAG am So. inkl. WELT AM SONNTAG Kompakt. Anzeigenschluss und Druckunterlagenschlusstermine, technische Angaben und Formatangaben siehe Preisliste der WELT Nr. 101. Alle Preise in Euro zzgl. MwSt.

BUCHVERLAGE 2023

LITERARISCHE WELT UND SPECIALS 2023

- Leipziger Buchmesse** 22./ 23. April. 2023
- Frankfurter Buchmesse** 14. / 15. Oktober 2023
- Sommerspecial** 03 / 04. Juni 2023
- Weihnachtspecial** 02./03. Dezember 2023

Anzeigenschluss jeweils Freitag der Vorwoche

Stehen Sie im
passenden
Umfeld und
sprechen Sie
genau Ihre
Zielgruppe an!

Das Journal für das literarische Geschehen. Geegründet von Willy Haas, 1925

DIE LITERARISCHE WELT

FRÜHLINGS-SONDERAUSGABE

WELT AM SONNENTAG | NR. 12 | 10. MÄRZ 2023 | SEITE 1

DER WECHSEL

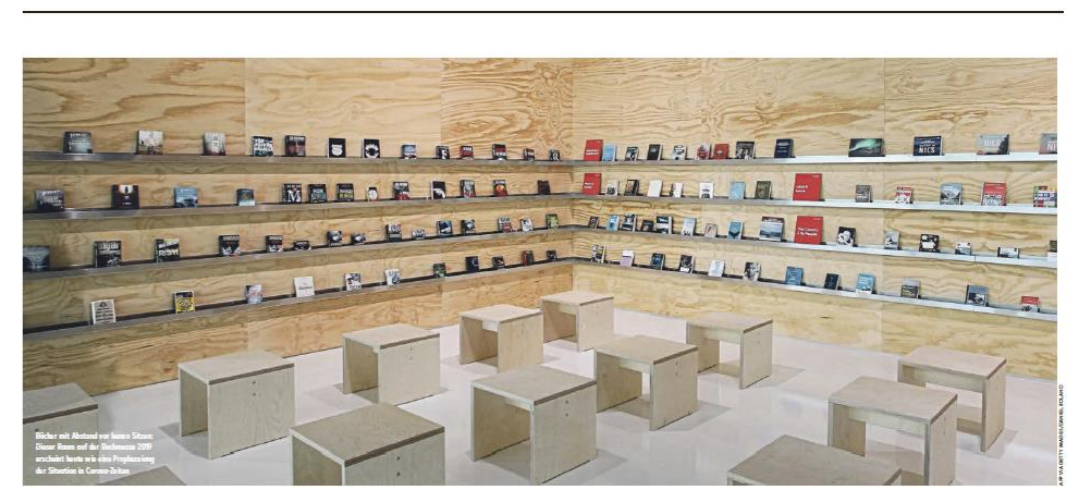
Jonathan Franzen und weitere namhafte Autoren verlassen den Rowohlt Verlag. Was steckt dahinter? Über den Beginn einer grundlegenden Veränderung der deutschen Verlagslandschaft. Eine Recherche von Maria Delius

Das Update

Die Frage, wie viele Bücher ein Mensch in seinem Leben lesen sollte, ist seit langem ein beliebtes Thema. Der englische Schriftsteller Zadie Smith hat die Zahl auf 47 festgelegt, die amerikanische Schriftstellerin Anne Lamott auf 23. Der französische Romanautor Michel Houellebecq hat die Zahl auf 17 festgelegt. In der neuen Ausgabe des Journals sind weitere Zahlen zu finden. Ein Beitrag von Jonathan Franzen zeigt, wie viele Bücher er in seinem Leben gelesen hat. Ein anderer Beitrag von Zadie Smith erklärt, warum sie nur fünf Bücher in ihrer Bibliothek hat. Ein dritter Beitrag von Anne Lamott zeigt, wie sie ihre Bücher liest. Ein letzter Beitrag von Michel Houellebecq zeigt, wie viele Bücher er in seinem Leben gelesen hat.

FRANKFURTER BUCHMESSE SPECIAL EDITION

ANZEIGEN-SONDERVERÖFFENTLICHUNG



EINE BRANCHE TROTZT DER PANDEMIE

Zwischen Lesefest und digitaler Messe

Die Buchbranche hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Durch die Pandemie hat sich der Markt für physische Bücher verkleinert, während der Markt für digitale Bücher und Hörbücher stark gewachsen ist. Die Buchbranche hat sich jedoch nicht aufgegeben und versucht, neue Wege zu finden, um ihre Leser zu erreichen. Ein Beitrag von Jonathan Franzen zeigt, wie die Buchbranche sich an die Pandemie angepasst hat. Ein anderer Beitrag von Zadie Smith zeigt, wie sie die Pandemie genutzt hat, um ihre eigene Arbeit voranzutreiben. Ein dritter Beitrag von Anne Lamott zeigt, wie sie die Pandemie genutzt hat, um ihre eigene Arbeit voranzutreiben. Ein letzter Beitrag von Michel Houellebecq zeigt, wie die Buchbranche sich an die Pandemie angepasst hat.

EINE HOMMAGE AN EINEN HEISSGELIEBTEN KONTINENT

Ilja Leonard Pfeiffers grandioser europäischer Gesellschaftsroman

GRAND HOTEL EUROPA

»Grand Hotel Europa: ein Meisterwerk, brillant und grüchtig. Nicht nur ein Roman der Gegenwart, sondern einer, der die Zeiten überdauern wird.« *Trouw*

Ausführliche Leseprobe auf: piper.de/hotel-europa

PIPER So vielseitig wie unsere Leser. piper.de

INHALT	
FRÜHLING	Seite 2
ENTDECKEN	Seite 2
ERFAHREN	Seite 3
VERSTEHEN	Seite 4

Nominiert für den Preis der Leipziger Buchmesse

Die Flucht des Vaters – eine Nachwanderung nach 75 Jahren

Christiane Hoffmann

ALLES, WAS WIR NICHT ERINNERN

Zu Fuß auf dem Fluchweg seines Vaters

C.H. BECK

SONDERFORMATE

Advertorial WAMS Sa + So

UNSERE BUCHEMPFEHLUNG

Im Sommer 2012 fasst der Schriftsteller Ilija Trojanow einen wahrheitsgemäßen Entschluss. Er will innerhalb von vier Jahren alle 24 Einzelsportarten der Olympischen Sommerspiele trainieren. Sein Ziel: jeweils halb so gut abzuschneiden wie die Goldmedaillengewinner von London.

Ein Amateur, vier Jahre, 80 Disziplinen

„Ich glaube, es gibt kaum eine Möglichkeit, sich so intensiv selber kennen zu lernen wie beim Sport.“

WOLF HAAS JUNGER MANN

Der Bestseller von Wolf Haas jetzt im Taschenbuch

„Er ist ein bisschen zu dick und ein bisschen zu jung für sie. Sie ist ein bisschen zu schön und ein bisschen zu verheiratet für ihn. Aber sonst läuft es perfekt.“

1/1 Seite für 34.500 €
 Sie liefern uns die Inhalte und wir gestalten Ihr Advertorial

Buch-TIPP WAMS Sa + So.....und auf WELT.de

Zur Sache, 2020!

Sachbücher boomen. Doch welche sind wirklich original? Ein Ausblick auf die interessantesten und navigativsten Suchthemen des Jahres.

BUCHTIPP

DER DREIZEHNJÄHRIGE, DER AUF DIE WAAGE STIEG UND SICH UM DEN VERSTAND VERLIEBTE.

WOLF HAAS JUNGER MANN

Der Bestseller von Wolf Haas jetzt im Taschenbuch

„Er ist ein bisschen zu dick und ein bisschen zu jung für sie. Sie ist ein bisschen zu schön und ein bisschen zu verheiratet für ihn. Aber sonst läuft es perfekt.“

2TS/150 mm 4.770€

TIPP Medium mit 50.000 AI für 1.500 € statt 3.000 €

BUCH-TIPP

Der Bestseller von Wolf Haas jetzt im Taschenbuch

„Er ist ein bisschen zu dick und ein bisschen zu jung für sie. Sie ist ein bisschen zu schön und ein bisschen zu verheiratet für ihn. Aber sonst läuft es perfekt.“

WOLF HAAS JUNGER MANN

Auch animiert möglich

Verlängern Sie Ihr Advertorial auf WELT.de & WELT.de mobil (MEW). Fragen Sie uns nach einem individuellen Angebot!

Alle Preise zzgl. MwSt. 15% Mittlervergütung wird bei der Buchung über eine von uns anerkannte Agentur gewährt. *Vorbehaltlich Verfügbarkeit. // Ggf. zzgl. Kreativkosten – Sie können Ihr digitales Werbemittel selbst anliefern oder durch Ad Solutions für 80 € gestalten lassen. // Informationen zur Werbemittelanlieferung finden Sie unter: <https://www.mediaimpact.de/de/digital-formate>. Es gilt die Media Impact TKP-Preisliste für digitale Medien 2023, gültig ab dem 01.01.2023. Preise gelten zzgl. gesetzlicher MwSt. und sind nicht weiter rabatt- aber AE-fähig. Kreativpreise sind nicht rabatt- und nicht AE-fähig. Dieses Angebot gilt nur für regional Werbende Kunden. **max. drei Kriterien auswählbar / Regiotargeting gilt als ein Kriterium.

CUBE AD

Die Cube Ad ist vielseitig und eindrucksvoll! Sie besteht aus 4 Seiten in Würfeloptik, die automatisch und auf User-Interaktion (Mobile) wechseln. Sie haben die Möglichkeit jede Seite einzeln mit einer Landingpage zu verlinken.

- rotiert automatisch (stationär) oder interaktiv (mobil)
- hohes User-Engagement
- thematisch passende Zielgruppen-Targetings können hinterlegt werden (z.B. Regio- oder Sozio-Targeting)
- Verlinkung auf bis zu 4 Landingpages
- wir erstellen Ihre Werbemittel



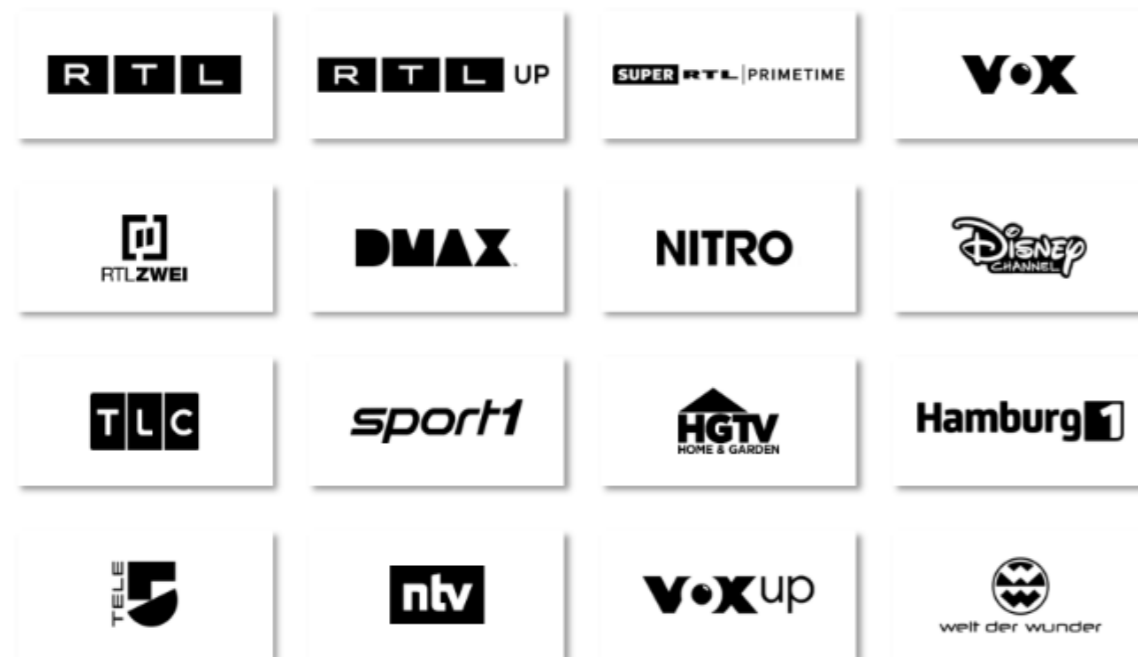
Empfehlung:
100.000
Ad Impression
für 2.500 €²
statt 4.500 €

- mögliche stationäre Werbemittel: Skyscraper, Superbanner, Medium Rectangle, Halfpage Ad, Sitebar, Billboard.
- mögliche mobile Werbemittel: Mobile Content Ad 1:1/ 2:1/ 4:1/ 6:1, Mobile Medium Rectangle.

ADDRESSABLE TV

Sie erhalten die volle Aufmerksamkeit, die Sie verdienen! Ihre Werbung wird direkt nach dem Umschalten neben dem Content eingeblendet.

- individuelle und zielgruppengenaue Ansprache
- kein eigener TV-Spot benötigt
- große Reichweite



¹Vorbehaltlich Verfügbarkeit, Ausspielungszeit hängt vom regional verfügbaren Inventar ab. ²Angebotspreis: keine weiteren Rabatte, aber AE-fähig. Alle angegebenen Preise gelten zzgl. gesetzlicher MwSt. Vorlaufzeit beträgt mind. 5 Tage vor Kampagnenstart. Im Preis enthalten ist ein Targeting in der Kombinationsmöglichkeit von Geo-, Sozio- und Uhrzeitargeting oder Channel mit Geo-Targeting.

TECHNISCHE ANGABEN

Datenübertragung

Die elektronische Übermittlung von Druckunterlagen erfolgt via Internet (<https://transfer.axelspringer.de>). Der Empfang per E-Mail ist in Ausnahmefällen auch möglich (apdtp-berlin@axelspringer.de). Vor Aufnahme des Regelbetriebs bitten wir um Kontaktaufnahme zur Einrichtung des Übertragungsaccounts.

Dateiformat

Wir empfehlen das Dateiformat PDF/X-4:2008. Die Dateiformate PDF/X-1a:2001 und PDF/X-3:2002 besitzen weiterhin Gültigkeit und werden ebenfalls akzeptiert. Grundsätzlich werden keine offenen Formate verwendet. Die Daten sind in der Originalgröße der Anzeige anzulegen; keine Beschnittzeichen anlegen.

Kontakt

Das Anzeigenmanagement ist Montag–Freitag von 9 bis 18 Uhr erreichbar.

Telefon: +49 (0) 151 204 857 23

Telefon: +49 (0) 151 194 708 19

Anschrift Druckunterlagen

Axel Springer SE Ad Production BILD und WELT

Axel-Springer-Straße 65

10888 Berlin

Schriften

Alle verwendeten Fonts sind einzubetten.

Positivschriften ab 6 Punkt, Negativschriften ab 8,5 Punkt, halbfett, serifenlos

Strichbreite

Strichbreite ab 0,2 mm (positiv), ab 0,3 mm (negativ)

Tabloidformat

Druckunterlagen für das Nordische Format werden automatisch auf die Größe für das Tabloidformat umgestellt. Alternativ kann eine separate Druckunterlage angeliefert werden. Für Formatangaben sprechen Sie uns bitte an. Für Anzeigen, die im Tabloidformat skaliert werden, empfehlen wir folgende Schriftgrößen und Strichbreiten, um eine optimale Lesbarkeit zu gewährleisten:

Positivschriften ab 9 Punkt

Negativschriften ab 12 Punkt, halbfett, serifenlos

Positive Striche mind. 0,3 mm

Negative Striche mind. 0,45 mm

Druckverfahren

(Coldset-)Rollenoffset, ISO 12647-3:2005

TECHNISCHER RASTER

Tonwertumfang

Druckender Tonwertbereich von 3 % bis 95 %

Tonwertzunahme

50-%-Ton der Vorlage wächst im Zeitungsoffsetdruck um

ca. 26 %.

Rasterweite

Sublima-Hybrid-60er-Raster

Rasterwinkel

Cyan = 15°, Magenta = 75°, Yellow = 0°, Black = 45°

Farben

Euroskala ISO 2846-2 (Muster der HKS-Farben, Version 2006 im CMYK-Zusammendruck auf Anfrage erhältlich)

Passertoleranz

≤ 0,3 mm

Überfüllung

> 0,3 mm

Bildauflösung

250 dpi, bei Strich max. 1.270 dpi

Farbaufbereitung

Bitte ICC-Farbprofil ISOnewspaper26v4.icc verwenden.

Hiermit werden die Parameter Unbuntaufbau, max. Gesamtfarbauftrag und der Tonwertzuwachs des Zeitungsdrucks berücksichtigt. Download des Profils unter <http://www.axelspringer.de/icc>

QR-Code

Zur Lesbarkeit von QR-Code-Abbildungen im Zeitungsdruck sind ein Mindestformat von 25 x 25 mm und eine Auflösung von 300 dpi empfehlenswert. Für den Inhalt der Verlinkung ist der Anzeigenkunde verantwortlich.

Druckausfall

Bei abweichenden Datenstrukturen kann keine Gewährleistung für den Druckausfall übernommen werden. Farbliche Schwankungen innerhalb und zwischen den Druckorten sind verfahrensbedingt und rechtfertigen keine Ersatzansprüche. Eine Gewähr für die Richtigkeit der Umsetzung von 4c-Anzeigen über ICC-Farbprofile wird nicht übernommen. Die Dimensionsstabilität des Zeitungspapiers unterliegt verfahrensbedingt geringfügigen Schwankungen.

KONTAKT

Petra Mählmann-Radowitz

Anzeigenleitung Rubriken

WELT AM SONNTAG und DIE WELT

Axel Springer SE

Axel-Springer-Straße 65

10888 Berlin

Mobil: +49 (0) 151 277 176 04

petra.maehlmann@axelspringer.com

Vermarktung

Firestarter Media Solution GmbH

Gertrudenkirchhof 10, 20095 Hamburg

Michael Körner

Tel.: +49 (0)40 3250745 – 70

Fax: +49 (0)40 3250745 – 60

michael.koerner1.extern@axelspringer.com

Tanja Schneider

Tel.: +49 (0)40 3250745 – 30

Fax: +49 (0)40 3250745 – 60

tanja.schneider.extern@axelspringer.com