

# BERG WELTEN

## MEDIADATEN 2018

Stand Mai 2018  
Belegung DACH-Region und Einzelländer



MARKEN DER RED BULL MEDIA HOUSE GMBH

# Inhaltsverzeichnis

3	Bergwelten-Welt
4	Bergwelten-Porträt
5	Heftkonzept
6	Digitalkonzept
7	Zielgruppe & Verbreitung
9	Termine 2018
10	Tarife
12	Tarife Digital
14	Erscheinungstermine Magazine des Red Bull Media House
15	Kontakt

# Bergwelten-Welt

Erreichen Sie Ihre Zielgruppe auf allen Bergwelten-Kanälen!

Gesamtauflage DACH  
155.000\*

Verkaufte Auflage AT  
25.009\*

Verkaufte Auflage DE  
36.373\*

Verkaufte Auflage CH  
13.428\*

\*Verlagsangabe, Länderangaben aus Verkaufsaufgabe gesamt (IVW Q1/18) herausgerechnet.

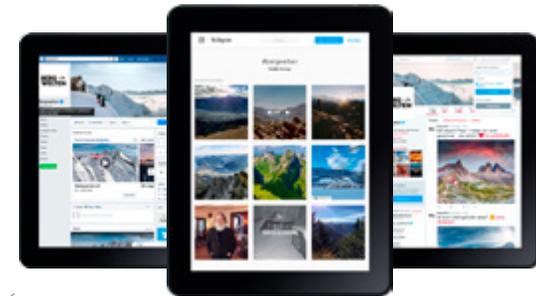


Facebook-Follower DACH\*  
290.000

Facebook-Reichweite DACH wöchentl.\*  
620.000

Instagram-Abonnenten DACH  
86.000

\*Facebook-Insights, per März 2018



**BERG WELTEN**  
Print. TV. Online.

- Bergwelten monatlich bei ServusTV: Montag, 20.15 Uhr
- Qualitätssender aus dem Alpenraum
- Hoher Anteil an Eigenproduktionen
  - Premium Zielgruppen



servustv/bergwelten

Unique Clients DACH\*  
520.000

Page Impressions DACH\*  
2.840.000

Visits DACH\*  
800.000

\*Google Analytics, per März 2018



www.bergwelten.com

# Bergwelten

Die Schönheit der Berge & der Natur neu entdecken!

Bergwelten ist ein alpines Erlebnis-Magazin für alle Menschen, die sich gerne in den Bergen bewegen oder davon träumen. Es verpflichtet sich höchsten Qualitätsstandards und steht für das bedingungslose Bekenntnis zu niveauvollem Journalismus und hochwertiger optischer Umsetzung. Bergwelten ist im deutschsprachigen Alpenraum zu Hause, macht aber auch die Schönheit und Faszination der Berge in aller Welt für jedermann erlebbar. Das Magazin widmet sich Bergregionen & Menschen, Natur & Kultur, Sport & Ausrüstung, Mode & Lebensgefühl und hat den Anspruch, Geschichten über mehrere Kanäle (Print, Digital und TV) zu erzählen.

Bergwelten spricht alle Menschen an – vom Genusswanderer über den klassischen Bergsteiger, den Sportler, die Eltern mit Kindern bis hin zum Modebewussten und Träumer. Das Magazin steht für Lebensfreude im Einklang mit der Natur, aktives Erleben und eine Sehnsucht nach einem Lebensgefühl der besonderen Art.



# Heftkonzept

Die Faszination der Berge  
im Einklang mit der Natur erleben  
Bergwelten: niveauvoller & hochwertiger  
Begleiter auf dem Weg zum Gipfel



## Bergregionen

Im Mittelpunkt dieser Rubrik steht ein grosses Bergporträt, das den Leser zu den schönsten Gipfeln im Alpenraum bringt. Wir zeigen Regionen, in denen vor allem das Wandern mit der Familie im Vordergrund steht. Und wir stellen die schönsten Hütten, Klettersteige sowie themenaffine Produkte vor..



## Bergsport

In klassischen Reportagen gehen wir auf die Tätigkeit bzw. Sportler aus dem Bereich Klettern ein. Wir stellen Klettergebiete und Routen vor und widmen uns dem Nachwuchs sowie dem Thema Sicherheit. Und: David Lama erzählt regelmässig über seine Erlebnisse. Parallel dazu beschreiben wir Sportarten wie Fliegenfischen oder Paragliten..



## Bergmenschen

Wir führen Gipfelgespräche und porträtieren Menschen, die in oder mit den Bergen zu tun haben oder dort leben – vom Lawinensprenger bis zum Bergretter. Wir lassen Bergprofis Produkte testen und Reinhold Messner regelmässig philosophieren. Zudem wird es auch literarisch, denn in Bergwelten schreiben regelmässig Schriftsteller über ihre ganz persönlichen Höhenflüge.



## Bergleben

Warum atmet eine Jacke? Fragen wie diese werden hier beantwortet. Wir führen Praxis-tests durch, zeigen die neueste Mode, die richtige Ausrüstung eines Alpinisten und lassen unsere Leser sprechen. Wir zeigen, wie man das alpine Lebensgefühl in Form von Büchern, Filmen und Musik mit nach Hause nehmen kann, und schauen zum Abschluss zurück – auf alpine Sternstunden

# Digitalkonzept

## Ihr Einstieg vor dem Aufstieg!

bergwelten.com: maximaler Nutzwert, hohe Ästhetik, leichte Handhabung. Das umfassende userfreundliche Portal versteht sich als digitale Verlängerung von Bergwelten, dem alpinen Erlebnis-Magazin.

Aufgeteilt in die Bereiche Wandern, Hütten & Magazin, bietet bergwelten.com dem User ein übersichtliches und leicht verständliches Portal mit hohem Servicecharakter, individuell abgestimmt auf die persönlichen Bedürfnisse der Nutzer.

## Hohe Beliebtheit, hohe Interaktionsrate, hohe Content-Relevanz

### bergwelten.com

Über 2,8 Mio. Page Impressions\*

bergwelten.com berichtet täglich aus der Welt der Berge. Bis zu fünf neue Geschichten rund um die schönsten Touren insgesamt 13.000, die besten Hütten (über 1.300) finden auf bergwelten.com statt. Aber auch philosophisch hinterfragte Beiträge oder köstliche Hüttenrezepte sind redaktionelle Bestandteile der Seite. Stringent publizierte Fixkategorien führen zu Facebook-Gewohnheiten.



### Facebook

Über 600.000 Reichweite\*

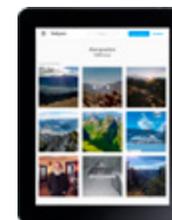
Alle bergwelten.com-Geschichten werden generell auf Facebook gepostet – pro Tag bis zu fünf neue Artikel. Neben klassischen Linkposts werden aber auch regelmässige Bergfotos gepostet, welche sehr hohe Engagement Rates erreichen. Ebenso posten wir regelmässig Videos auf Facebook, die sich besonders gut sharen. User-generated Fotos reichern unsere Fotobeiträge an.



### Instagram

Über 80.000 Follower\*

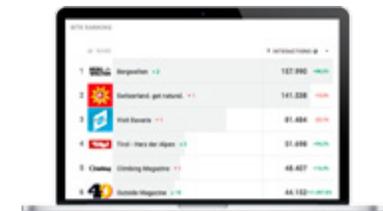
Der Instagram-Account steht für die herausragende Fotoqualität von Bergwelten. Hier werden zum einen Best-of-Print-Produktionen online gestellt, zum anderen wird der Instagram-Account aber auch immer wieder via Take-over von renommierten Outdoor-Fotografen übernommen, welche durch ihre Reichweite als Influencer neue Abonnenten generieren sollen.



### Social Media-Interaktion

Nr.1 bei der Social Media Community

Wie stark das Interesse der Social Media Community für die Bergwelten Inhalte ausgeprägt ist, zeigt der herausragende Monatswert von 523.620 Interaktionen (Comments, Shares, Likes u.s.w.). Mit diesem Wert führt Bergwelten das Ranking jener Seiten an, die Bergthemen gewidmet sind – er ist zugleich der beste Indikator für die Relevanz des Contents für die Community.



\*Quelle: Google Analytics 3/2018, Facebook-Insights 3/2018, Gesamt-Anzahl Interaktionen auf allen Social Channels (bei BW Facebook, Instagram, Twitter) 1/2018 (via storyclash), \*\*DACH-Region

# Zielgruppe & Verbreitung



Genusswanderer  
Eltern mit Kindern  
Klassische Bergsteiger  
Sportler  
Modebewusste  
Träumer

Verkaufte Auflage AT  
**25.009 Exemplare\***

Verkaufte Auflage DE  
**36.373 Exemplare\***

Verkaufte Auflage CH  
**13.428 Exemplare\***

Druckauflage gesamt DACH  
**155.000 Exemplare\*\***

Leser/Reichweite AT  
**268.000 / 3,6%\*\*\***

Quelle: IWW Q1/2018, verbreitete Auflage DACH: 80.433 Ex., verkaufte Auflage DACH: 74.810 Ex. \* Länderangaben wurden vom Verlag aus der Gesamtauflage herausgerechnet.  
\*\*Druckauflage gesamt: Verlagsangabe. \*\*\*Media-Analyse 2017. Foto: Leoganger Bergbahnen / Hims!

# Zielgruppe\*

## Entscheidungsfreudig & kaufkräftig

Bergwelten-Leser zeichnet ein ausgewogenes Leserverhältnis zwischen Männern und Frauen aus. Jeder Dritte von ihnen gehört der höchsten Bildungsstufe an, weitere charakteristischen Merkmale sind eine starke Entscheidungskompetenz und vielseitige Interessen.

## Kaufkraft & Bildung

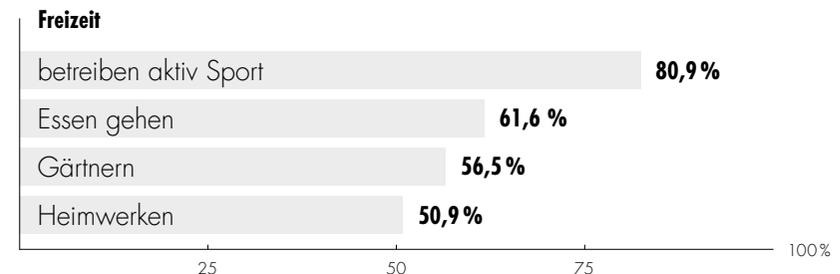
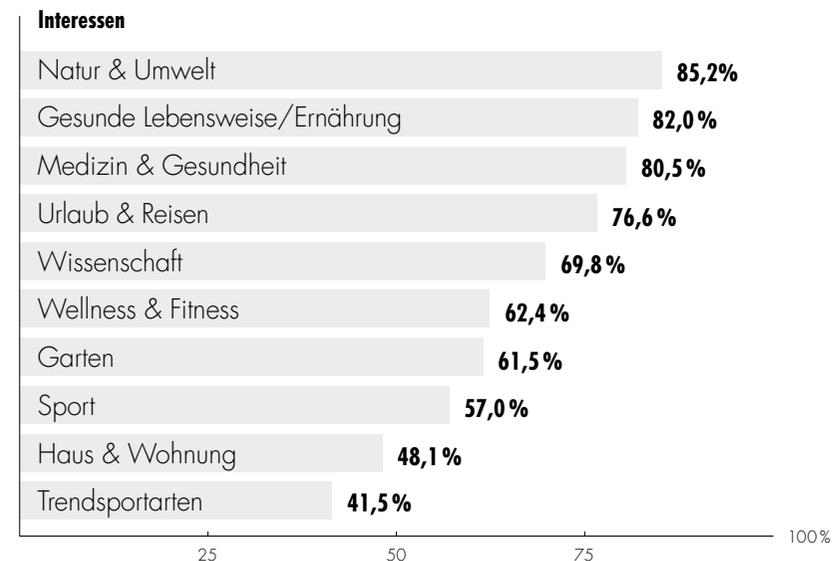
- 10,5 % KKS1
- 36,3 % KKS1+2
- 58,5 % KKS 1–3
- 57,1 % HHNEK € 3.000,- und mehr
- 29,9 % HHNEK € 4.000,- und mehr
- 33,5 % ABC1 bis 49 Jahre
- 34,0 % Matura, abgeschlossene Hochschule, Uni, FH
- 91,5 % Bildung hat hohen Stellenwert

## Entscheidungskompetenz

- 14,5 % Alleinentscheider / 134 Affinitätsindex!
- 19,9 % Unternehmens- und Geschäftsführung
- 39,6 % Allein- und Mitentscheider

## Sportlich, gesundheitsbewusst & Naturliebhaber

Die Interessenpalette der Bergwelten-Leser ist breit gefächert und vielfältig – sie reicht von Sport bis hin zu Themen rund um Natur und Umwelt.



Quelle: \* Leserdaten Österreich basierend auf Media-Analyse 2017, Strukturwerte, Ressort-Interessen sehr interessiert + interessiert. Freizeitbeschäftigungen häufig + gelegentlich. Schwankungsbreite Bergwelten: +/-0,4%. Details zur Schwankungsbreite finden Sie auf [www.media-analyse.at/Signifikanz](http://www.media-analyse.at/Signifikanz).

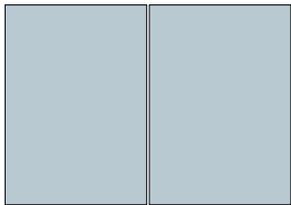
# Termine 2018

Nummer	Erscheinungstermin	Anzeigen-/Druckunterlagenschluss
01/18	1.2. 2018	5.1. 2018
02/18	29. 3. 2018	5.3. 2018
Frühlings-Special*	19.4. 2018	23. 3. 2018
03/18	1. 6. 2018	7. 5. 2018
04/18	19.7. 2018	22. 6. 2018
05/18	13. 9. 2018	17.8. 2018
Winter-Special*	11. 10. 2018	14. 9. 2018
06/18	29. 11. 2018	31. 10. 2018

\* abweichendes Format: 200 x 265 mm

# Tarife

## Doppelseite



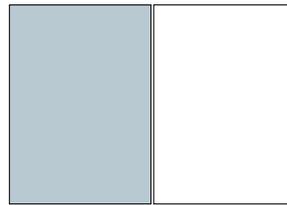
**TARIF**

1 Land	2 Länder	DACH
13.200,-	21.300,-	27.700,-

**FORMAT\***

430 × 280 mm  
400 × 265 mm / Specials

## Einzelseite



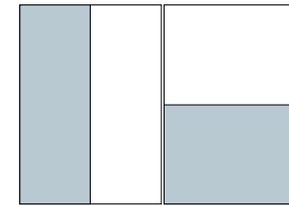
**TARIF**

1 Land	2 Länder	DACH
7.750,-	12.500,-	16.300,-

**FORMAT\***

215 × 280 mm  
200 × 265 mm / Specials

## 1/2 Seite



**TARIF**

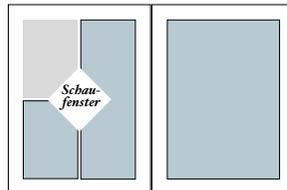
1 Land	2 Länder	DACH
5.490,-	8.200,-	10.650,-

**FORMAT\***

98 × 280 mm (vert)  
215 × 140 mm (hor)  
95 × 265 mm (vert) / specials  
200 × 130 mm (hor) / specials

## Schaufenster

Bietet Platz für Kleinformat und verschafft Ihnen dadurch besondere Aufmerksamkeit.



Preis	1 Land	2 Länder	DACH
1/1 Seite MEGA	5.750	9.200	12.100
1/2 Seite MAXI hoch	3.500	5.600	7.350
1/4 Seite MIDI hoch	2.800	4.500	5.880

## Sonderplatzierungen

Preis	1 Land	2 Länder	DACH
U2 + Seite 3	17.250	27.700	36.100
Seite 4 + 5	15.850	25.500	33.250
U4	10.150	16.250	21.200
1. rechte Seite, U2 oder U3	8.550	13.800	17.900
2. rechte Seite	8.140	13.400	17.100

Zuschlag für sonstige Wunschplatzierung 10% vom Einzelseitentarif.  
Zuschläge sind nicht rabattfähig.

## Advertorials zuzüglich Gestaltungskosten

Doppelseite	1.000,-
Einzelseite	500,-
Unterformate	300,-
Schaufenster	150,-

Advertorials setzen sich aus Seitenpreis + Gestaltungskosten zusammen.  
Fotokosten werden nach Aufwand verrechnet.  
Anlieferung von Druckmaterial für Advertorials, Promotions etc.  
jeweils 3 Wochen vor Druckunterlagenschluss.

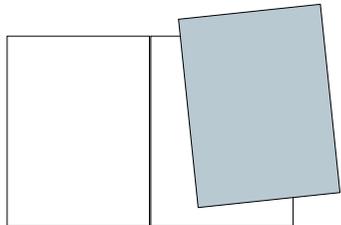
## Frequenz-Pakete\*\*

ab 4 Schaltungen	25,0 % Rabatt
bei 7 Schaltungen	28,5 % Rabatt

Alle Preise in Euro exklusive gesetzlicher Steuern und Abgaben. \* Zuzüglich 3 mm Beschnitt an allen Seiten; über den Bund laufende Motive: 3 mm Verdrängung im Kern, zwischen U2/U3 und Kern 6 mm Bundzugabe berücksichtigt.

\*\* Pakete sind auf alle Formate übertragbar und gültig im Rahmen einer Auftragserteilung.

# Tarife Print: Sonderwerbeformen

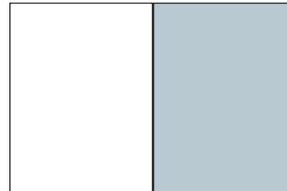


## Beileger

Mindestformat	89 × 89 mm
Maximalformat	205 × 270 mm / Specials 200 × 270 mm

Die längere Seite muss geschlossen sein.

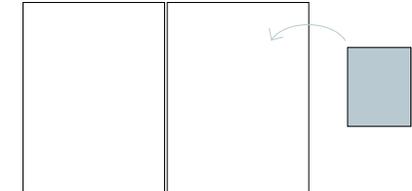
Preis / 1.000	Gesamtauflage AT und DACH
bis 20g	135,-
bis 30g	155,-
bis 40g	175,-
bis 50g	195,-
bis 60g	215,-
bis 70g	235,-
bis 80g	255,-



## Beileimer

Mindestformat	100 × 140 mm
Maximalformat	215 × 280 mm / Specials 200 × 265 mm
Kopfbeschnitt, Fuß, seitlich, Fräsrund	+4 mm
Platzierung	Bogensprung

Preis / 1.000	Gesamtauflage AT und DACH
bis 20g	135,-
bis 30g	155,-
bis 40g	175,-
bis 50g	195,-
bis 60g	215,-
bis 70g	235,-
bis 80g	255,-



## Sachets auf Trägerinserat

(ab 1/1 Seite)

Mindestformat	60 × 100 mm
Maximalstärke	2 mm
Klebedifferenz	± 10 mm
Sachetform	rechteckig oder quadratisch (andere auf Anfrage)
Anlieferung	stehend im Karton
Platzierung	Bogensprung

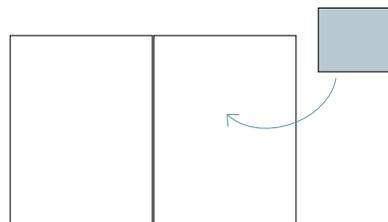
Preis / 1.000	Gesamtauflage AT und DACH
	110,-

## TOC auf Trägerinserat

(ab 1/1 Seite)

Mindestformat	80 × 80 mm
Maximalformat	125 × 240 mm
Klebedifferenz	± 10 mm
Anlieferung	endbeschnitten
Platzierung	Bogensprung

Preis / 1.000	Gesamtauflage AT und DACH
	110,-



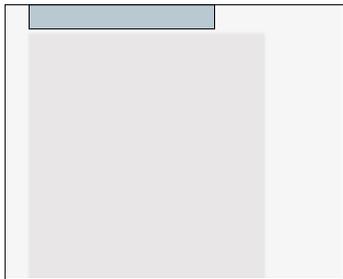
Bei der Aboauflage fallen Portokosten laut aktuellem Posttarif an.  
 Mindestbelegung 30.000 Exemplare pro Land.  
 Teilaufgabe +20%

Alle weiteren Sonderwerbeformen auf Anfrage.  
 AGB und Datenanlieferung: [b2b.bergwelten.com](http://b2b.bergwelten.com)

Alle Preise in Euro exklusive gesetzlicher Steuern und Abgaben. Manuelle Klebung muss extra angefragt werden.

# Tarife digitale Werbeformen

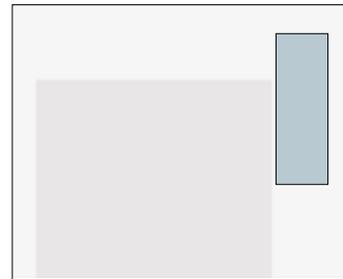
## Display Standard



**Leaderboard**

728 x 90 px

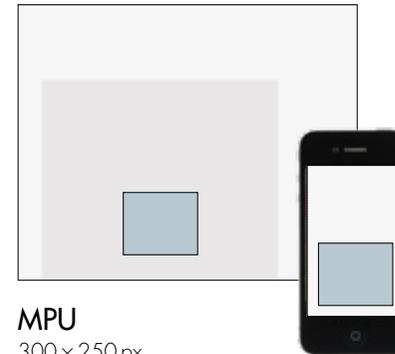
ROS TKP 30,-



**Skyscraper**

160 x 600 px

ROS TKP 30,-

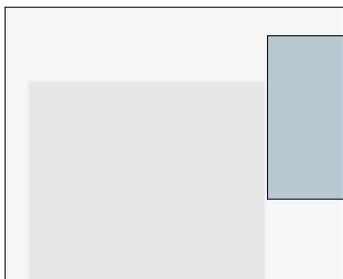


**MPU**

300 x 250 px

Desktop/Mobile  
ROS TKP 30,-

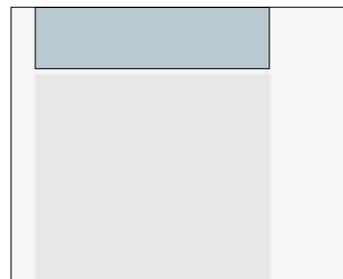
## Display Premium



**Half Page Ad**

300 x 600 px

ROS TKP 50,-



**Billboard**

970 x 250 px

ROS TKP 50,-



**Mini Leaderbord**

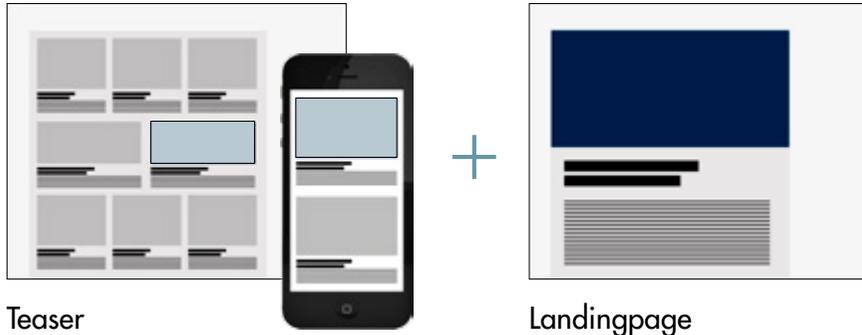
320 x 50 px

ROS TKP 30,-

10% Aufschlag pro Filter und Frequency Capping, weitere Werbemittel auf Anfrage.  
Alle Preise exklusive gesetzlicher Steuern und Abgaben. Technische Spezifikationen <http://win.gs/tech-specs>

# Individuelle Werbeformen

## Online Advertorials



Teaser

Landingpage

### Online Advertorial Teaser + Landingpage

klassisches Advertorial inkl. Gestaltungskosten

4.950,-

## Newsletterintegration



### Newsletter

TKP

60,-

Kein Geo-Targeting möglich; Social Media Aktivierung auf Anfrage;  
Alle Preise exklusive gesetzlicher Steuern und Abgaben.

# Erscheinungstermine 2018

- The Red Bulletin
- Terra Mater
- Bergwelten
- Fischers Fritz
- Servus in Stadt&Land
- Servus Kinder
- Servus Gute Küche
- Servus Unser Garten
- Servus Mein Daheim
- Servus Unser Salzburg

Jänner		Februar		März		April		Mai		Juni		Juli		August		September		Oktober		November		Dezember	
1 M		1 D	1	1 D		1 S		1 D		1 F	3	1 S		1 M		1 S		1 M		1 D		1 S	
2 D		2 F		2 F		2 M		2 M		2 S		2 M		2 D		2 S		2 D		2 F		2 S	
3 M		3 S		3 S		3 D		3 D		3 S		3 D		3 F		3 M		3 M		3 S		3 M	
4 D		4 S		4 S		4 M		4 F		4 M		4 M		4 S		4 D		4 D	6	4 S		4 D	
5 F		5 M		5 M		5 D	3	5 S		5 D		5 D		5 S		5 M		5 F		5 M		5 M	
6 S		6 D		6 D		6 F		6 S		6 M		6 F		6 M		6 D	2	6 S		6 D		6 D	1/19
7 S		7 M		7 M		7 S		7 M	6	7 D	4 1	7 S		7 D		7 F		7 S		7 M		7 F	
8 M		8 D		8 D		8 S		8 D		8 F		8 S		8 M		8 S		8 M		8 D		8 S	
9 D		9 F		9 F		9 M		9 M		9 S		9 M		9 D	5	9 S		9 D		9 F		9 S	
10 M	2	10 S		10 S		10 D	5	10 D		10 S		10 D	8	10 F		10 M		10 M		10 S		10 M	
11 D		11 S		11 S		11 M		11 F		11 M		11 M		11 S		11 D	10	11 D	Special 2	11 S		11 D	
12 F		12 M		12 M		12 D	1	12 S		12 D	7	12 D		12 S		12 M		12 F		12 M		12 M	1/19
13 S		13 D	3	13 D	4	13 F		13 S		13 M		13 F		13 M		13 D	5	13 S		13 D	12	13 D	
14 S		14 M		14 M		14 S		14 M		14 D		14 S		14 D	9	14 F		14 S		14 M		14 F	
15 M		15 D	2	15 D		15 S		15 D		15 F		15 S		15 M		15 S		15 M		15 D		15 S	
16 D		16 F		16 F		16 M		16 M		16 S		16 M		16 D		16 S		16 D		16 F		16 S	
17 M		17 S		17 S		17 D		17 D		17 S		17 D		17 F		17 M		17 M		17 S		17 M	
18 D		18 S		18 S		18 M		18 F		18 M		18 M		18 S		18 D		18 D		18 S		18 D	
19 F		19 M		19 M		19 D	Special 1	19 S		19 D		19 D	4	19 S		19 M		19 F		19 M		19 M	
20 S		20 D		20 D		20 F		20 S		20 M		20 F		20 M		20 D	2 1	20 S		20 D		20 D	
21 S		21 M		21 M		21 S		21 M		21 D		21 S		21 D		21 F		21 S		21 M		21 F	1/19
22 M		22 D	3	22 D	1 1	22 S		22 D		22 F		22 S		22 M		22 S		22 M		22 D	12 1/19	22 S	
23 D		23 F		23 F		23 M		23 M		23 S		23 M		23 D		23 S		23 D		23 F		23 S	
24 M		24 S		24 S		24 D		24 D		24 S		24 D		24 F		24 M		24 M		24 S		24 M	
25 D	2 2	25 S		25 S		25 M		25 F		25 M		25 M		25 S		25 D		25 D	11	25 S		25 D	
26 F		26 M		26 M		26 D	5	26 S		26 D		26 D	8 5	26 S		26 M		26 F		26 M		26 M	
27 S		27 D		27 D		27 F		27 S		27 M		27 F		27 M		27 D	10 6	27 S		27 D		27 D	
28 S		28 M		28 M		28 S		28 M		28 D	7	28 S		28 D		28 F		28 S		28 M		28 F	
29 M				29 D	4 2 3	29 S		29 D		29 F		29 S		29 M		29 S		29 M		29 D	6	29 S	
30 D				30 F		30 M		30 M	6 4	30 S		30 M		30 D	9	30 S		30 D		30 F		30 S	
31 M				31 S				31 D				31 D		31 F				31 M				31 M	

Änderungen vorbehalten.

# Kontakt

**Elisabeth Staber**

Sales Manager Österreich  
Tel.: +43/1/90 221-28848  
Mobil: +43/664/88 98 82 84  
[elisabeth.staber@redbull.com](mailto:elisabeth.staber@redbull.com)

**Theresa Sternbach**

Sales Director Österreich  
Mobil: +43/664/88 37 95 49  
[theresa.sternbach@redbull.com](mailto:theresa.sternbach@redbull.com)

**Michael Linauer**

Project Sales Manager  
Tel.: +43-1-90 221-27962  
Mobil: + 43-664-26 50 957  
[michael.linauer@redbull.com](mailto:michael.linauer@redbull.com)

**Martin Olesch**

Sales Director Print & Digital Deutschland  
Tel.: +49/89/20 60 35 203  
Mobil: +49/172/81 80 550  
[martin.olesch@redbull.com](mailto:martin.olesch@redbull.com)

**Clemens Dittrich**

Senior Account Manager Deutschland  
Tel.: +49/89/20 60 35-236  
Mobil: +49/172/81 80 562  
[clemens.dittrich@redbull.com](mailto:clemens.dittrich@redbull.com)

**Christian Wörndle**

Account Manager Deutschland  
Tel.: +49/89/20 60 35-210  
Mobil: +49/172/81 80 561  
[christian.woerndle@redbull.com](mailto:christian.woerndle@redbull.com)

**Peter Strutz**

Head of Media Sales International  
Tel: +43/1/90 221-0  
Mobil: +43/664/88 68 49 12  
[peter.strutz@redbull.com](mailto:peter.strutz@redbull.com)

**Matej Anusic**

Senior Account Manager, Büro Nordrhein-Westfalen, Deutschland  
Tel.: +49/89/20 60 35 260  
Mobil: +49/172/81 80 567  
[matej.anusic@redbull.com](mailto:matej.anusic@redbull.com)

**Sandra Preylowski**

Sales Manager Schweiz  
Tel.: +41/41/766 36 82  
Mobil: +41/79 460 07 73  
[sandra.preylowski@bergwelten.com](mailto:sandra.preylowski@bergwelten.com)

**Gerhard Riedler**

Global Head of Media Sales  
[gerhard.riedler@redbull.com](mailto:gerhard.riedler@redbull.com)

**Alle weiteren Informationen**

[www.bergwelten.com/media](http://www.bergwelten.com/media)

