

# CO-BRANDED ADVERTORIAL

MEN'S FAVOURITE



48 SEITEN  
FREEMEN'S  
WORLD

materialist

MÄNNERSACHE



# BAUER ADVANCE

a company of BAUER MEDIA GROUP

# MEN'S FAVOURITE

Wir machen Ihr Produkt zum „**MEN'S FAVOURITE**“!

Auf einer 1/1 Seite setzen wir ein Produkt aus Ihrer Markenwelt aufmerksamkeitsstark als absolutes Highlight in Szene.

Optisch auffallend, authentisch platziert und mit dem persönlichen Empfehlungscharakter der Redaktionen erstellen wir titelindividuelle **Co-Branded Advertorials**, die Glaubwürdigkeit und Markensympathie in Ihrer Zielgruppe schaffen – Alles aus einer Hand.



ANZEIGE

**MEN'S FAVOURITE**  
powered by  
FREEMEN'S

## Alle Männer kaufen Hosen.

Einige investieren in Werte

Ectota el mosam aut mo que rae nitisqu a epraep elliiquid quatio. Il millati bero reri Gorenistem auta ea volut volupticia quae vident Offcimet enihi

**V** Rae ditam quasperm fugiam vendusapel id minvelia sum, voluptat aliqui aboressus sin prati nos cum sapersped quam, totempo reperm siti dolupta sitaquadici imporro vitandis dellabore, sam, opta cusdam doluptur auratum-quo ium fugit labor sit quasint, undis accum volorum rendi ute nis dolupta dem et, qui beribus repero magnihictur, velestr umquae. Solescimaio is etur sum id molupta turbeaqui ius velestis ate pa amet ut etusapit, qui dusa vellabo reperm estincia voluptas mo magnatur sanduntionem que endam eastemos nonsequi consed maximus, etureru pisitar emolore explabore corest quae. Aspe vid moluptatem. Itas sintubusam aut litatus resedicia santius tiatrat que veritintis rem hilliae culpa verum enihilis et voluptatum suntreuint occae. Aperiandus dest velici tempos aut untusam, sum aut pliquid ucieturios comni doluptur, commoluptati rem facest volum repermum explit re erum nobitatum es expla sim facearum experum facculpa nonse natur? Cus, sae nobis doloribus, to te nobit que nonserem similit atiant reptat sequis etur adi ut estrum fuga. Icius molorpo rrovidi tecaboreta doluae pa core porem iderior ressum hillabo ritemquas doloreptas incis sunt quis as eos eos que derchit vellore rernatem aut maiois alibus aut et reium vidus, nonsequo blandit atecto temodiaturi re et volo dolore, sendipsu-me enduci ium rat mint eni il magnatur maio

**ER STEHT EIN KASTENTITEL**  
magnam ellorum escliam audaeped expliam voluptae officium rem lant il ipienis gentiam quasum escliam audaeped expliam voluptae officium rem lant il ipienis

**DIE VORTEILE DES SORTIMENTS**



- Nis saernam alitiur? Gitam, ut des porpore mporis sam accaes
- Nis saernam alitiur? Gitam, ut
- Nis saernam alitiur? Gitam, ut des porpore mporis sam accaes dolorem. Et aliquae in re eos endigen isquae. Et quis et pratur
- Nis saernam alitiur? Gitam, ut des porpore mporis sam accaes dolorem. Et aliquae in re eos endigen isquae. Et quis et pratur
- Nis saernam alitiur? Gitam, ut des porpore mporis sam accaes dolorem. Et aliquae in re eos



El ipsae corruptas magnis magnate estor alistit re rem es eatusdaerum vendus, sequati nistis aboratur as quide [www.hittl.de](http://www.hittl.de)

# ANMUTUNGSBEISPIELE CO-BRANDING

**MEN'S FAVOURITE** **SCHON GEWUSST?** ANZEIGE  
3 SPANNENDE FRAGEN ZUM THEMA WALLBOX  
powered by **welt der wunder**

**WANN LOHNT SICH EINE WALLBOX?**  
Die Dudaeste vanda quatit adiam quisquia voloris essi aut duntion reum aesciam, volupta sinuillandis remos adicto venorro que vendit ut velicium re officiaerum volut as doluptat aut a que magna volo tendende autem voluplatem eic tenim, etus molorep eliquante est, cus ulpa nus. Il iur aliquis simolor re solum init eumquisqui dus mo consequi aessit quia et laborehant idenda sunt. Is aut ipsant venia di commi omniendi corum aut officabo et minctate.

**WIE FUNKTIONIERT DIE WALLBOX?**  
Die Dudaeste vanda quatit adiam quisquia voloris essi aut duntion reum aesciam, volupta sinuillandis remos adicto venorro que vendit ut velicium re officiaerum volut as doluptat aut a que magna volo tendende autem voluplatem eic tenim, etus molorep eliquante est, cus ulpa nus. Il iur aliquis simolor re solum init eumquisqui dus mo consequi aessit quia et laborehant idenda sunt. Is aut ipsant venia di commi omniendi corum aut officabo. Et minctate volorep (psum aut possita cus videbit dolor santus, corest ommolient adutur sinveniet dunt. Eheridici piendin ihilberiae presta voluptumque magni officiall tem res none.

**WIE HILFT DIE WALLBOX BEIM KLIMASCHUTZ?**

Die Dudaeste vanda quatit adiam quisquia voloris essi aut duntion reum aesciam, volupta sinuillandis remos adicto venorro que vendit ut velicium re officiaerum volut as doluptat aut a que magna volo tendende autem voluplatem eic tenim, etus molorep eliquante est, cus ulpa nus. Il iur aliquis simolor re solum init eumquisqui dus mo consequi aessit quia et laborehant idenda sunt. Is aut ipsant venia di commi omniendi corum aut officabo. Et minctate volorep (psum aut possita cus videbit dolor santus, corest ommolient adutur sinveniet dunt. Eheridici piendin ihilberiae presta voluptumque magni officiall tem res none.

**Die Vorteile auf einen Blick**

- Nimur delendae erovit idunt
- Nimur delendae erovit idunt
- quid quibus, quosam haruptam, edis voloreh enimus quis nera
- Nimur delendae erovit idunt
- quid quibus, quosam haruptam, eos voloreh enimus quis nera
- voluptatam laboribus, es mens

hori que est ute non porepudit ommoda dollam otibus, tui ipsunt as dus pro que moluptatur [www.mennekes.de](http://www.mennekes.de) **MENNEKES**



**MEN'S FAVOURITE** ANZEIGE  
powered by **selbst ist der Mann**

**Busae laccaborum quo te mod ex eaquasim autem**

Estis antia con enda volor mos eic toritaz quibus aut ex eture volum que nimpurton lis accatqui ut expersp eribus. Ucenis simaio idignatur, solupta incianitni alibus aut eum

**Net exerit rem isom a adis animus este**

Labo igendit, il ipsum lam volor solor neta neta venihl id quibus. Me uturiam qui doluptis duntin et quae paribusae rescilla doluptat. Nam nos modignis cum que volorep enipul mi ipsam sanien hicti alti videmp rprepe hendemp sequas. Ralict oreridion decta qui et quaspore totiqui id molorep si conscat apelliquam acen nonseque et et eaque conseqe tem si dolinet et es aliqae eveno di nreeditas sed modit et endict, nint enis magiam, officiaerit nsi omnis planensiqui corem. Nequam que im quo esepid mil et eveno conet, con pel et velegit aut ilibus malivosi lababoripat

**Magnis et quatibus maximpos**  
Coriae posam, sum fugit, is conseti quiantibus nihil nisi aut qui oitit quosam volobris. Ribusa iuntlis ipsanquante et acem mostota turit, volorep empis nis non comestem voluptate porrepellabo. Pudi omnim rope et ligatus debet, ois maximam emque idem qui voliam ut facerit vellibassan cus aut eris enestru passit quatiberes san et omnim, qui untur acat peribus aut volu Lessam et renit aboricis nestia silpa quata

**Lectipam etret molion entia pa nonsetio magnati voluptae accere liltas est clindit, utiam voluptam multitate vel, innis molur.**

**MENNEKES**



**MEN'S FAVOURITE** ANZEIGE  
powered by **AUTO**

**Faci reprevel acti tempo**

**Minvejas his resti Zukunft dolorecum arum vollam re la voluptatus. Harum as molupta tatu eris des autem exces alitatestota cus et secta**

**W**eaquo corerunt quatur, cupattem am volorum es volut adio cusu meho beati cus, si ad quisimus nonseque idorias plaborpos dolorep ratat, nonsequi. As volorenis quatum sus volorum quatesequi te essusa et eum di inisiqui attempore exceati re comem is eius erupta eseqe omimolup latentur sam dolupta tonribu silbusa nonset ut voluptatur rerum int adignam is esto essent, aborundit idiscipitam imaigne esto labiore ndubundaba conseqe modit eum volorettem faccabo rporo volorum, sitatur

**Magnis et quatibus maximpos**  
Optim dolore culluptae dolorovidem seque vel int anumali sedditum ra vit labore non perum et es as es pidieliquam esepit, sequid expe none posaeptae samus ilaborum con plabi id molestoro dolupta sed quassus sam ulaba. Ut maximporo que voluptatum nimus autis dolor minule indiquas nati esuendero voluptatissim voluptatur, tem ex et quidendum qui nostatenda plicite simpelis stolceperca dolupta spollatam recess ent lam namus eici dit et accae nihil ipsum vel.

**Nemporro et quatur sinisit peleni volo rec tiansanitae experi re praero**  
Pored utem volore velit aut est invenimus, que dolorepro ducit molora nos molla premo avort ilitatur Uclabli. Erem inuad Aquam, tem velit que nonmpo recess voluptatur.

Weitere Informationen zu unserer Produktion finden Sie online unter [www.mennekes.de](http://www.mennekes.de) **MENNEKES**



Unverbindliches Anmutungsbeispiel. Keine Adaption, sondern immer Neugestaltung für jedes Heft

**BAUER ADVANCE**

# PRICING 1/1 SEITE



- 10.390 € BRUTTO\*
- + 2.000 € GESTALTUNG



- 21.490 € BRUTTO\*
- + 2.000 € GESTALTUNG



- 29.400 € BRUTTO\*
- + 2.000 € GESTALTUNG



- 25.120 € BRUTTO\*
- + 2.000 € GESTALTUNG



- 25.920 € BRUTTO\*
- + 2.000 € GESTALTUNG

**2 TITEL: 10% KOMBISONDER-RABATT**  
**3 TITEL: 15%**  
**4 TITEL: 20%**  
**5 TITEL: 25%**

\*Preis 2023 zzgl. MwSt. & Gestaltungskosten; Rabatt- und AE-provisionsfähig, Gestaltungskosten sind nicht rabatt- und nicht AE-provisionsfähig; Keine Adaption, sondern immer Neugestaltung für jedes Heft

# CROSSMEDIAL!

Wir inszenieren Ihre Produkte **crossmedial und authentisch** im redaktionellen Look & Feel.

Über **Online und Social** wird Ihre Kampagne mit einem auf Ihre Brand zugeschnittenem Storytelling aufmerksamkeitsstark und mit garantierten Leistungswerten auf den Kanälen platziert.

**selbst.de**

**MÄNNERSACHE**

**Auto  
ZEITUNG**

The image displays a multi-platform marketing strategy. The desktop monitor shows a website article from 'Auto ZEITUNG' titled 'Beliebte Freisprechanlagen im Check' by Dominik Mothes, dated 23.03.2023. The article includes a social media share button and a promotional offer for 'AUTO ZEITUNG 6 HEFTE TESTEN & 2 GESCHENKE SICHERN!' for 13.65 EUR. The tablet shows an article from 'MÄNNERSACHE' titled 'Die 11 besten Frühlingsdüfte für Männer' by Angelika, dated 24.01.2023. The article features a 'MEN'S FASHION' logo and an image of several perfume bottles. The smartphone shows a social media post from 'selbst.de' with a video of a man building a wooden house, dated 8. April 2022.

PREMIUM  
ARTICLE:  
**16.350€\***

\*Preis 2023; Rabatt- und AE-provisionsfähig,

**BAUER ADVANCE**

# **IHRE VORTEILE AUF EINEN BLICK**



**WIEDERERKENNBARE GESTALTUNG  
UND SPRACHE, TITELINDIVIDUELL**



**GLAUBWÜRDIGE KOMMUNIKATION  
IHRER PRODUKTBOOTSCHAFT**



**NUTZUNG DER REDAKTIONELLEN  
KERNKOMPETENZEN**

**BAUER ADVANCE**

# **COPYRIGHT**

Alle in dieser Präsentation dargestellten Konzepte, einschließlich einzelner Elemente, sind rechtlich geschützt.

Die Weitergabe an Dritte, auch nur auszugsweise, Vervielfältigungen jeglicher Art oder die Veröffentlichung sind ohne schriftliche Zustimmung der Bauer Advance KG nicht zulässig.

Bei Zustimmung zur Weitergabe oder Veröffentlichung des Konzeptes, auch auszugsweise, ist eine namentliche Nennung der Bauer Advance KG erforderlich.

Jegliche Nutzung außerhalb der Zusammenarbeit mit der Bauer Advance KG ist untersagt.

Die enthaltenen Angebote sind freibleibend. Änderungen vorbehalten.

***BAUER ADVANCE***

a company of **BAUER MEDIA GROUP**



# DAS PREMIUM-TESTMAGAZIN FÜR AUTOBEGEISTERTE

## KONZEPT

AUTO ZEITUNG gehört zu den meinungsbildenden und marktführenden Automobilzeitschriften in Deutschland. Sie steht für höchste Testkompetenz, starken Nutzwert, professionelle Kaufberatung und breite Marktkenntnis.

## FACTS

- Gründungsjahr: 1969
- Copypreis: 3,50€
- Erscheinungsweise: 14-täglich
- Heftformat: 210 x 280 mm
- Anzeigenpreis: 29.400 €
- Verkaufte Auflage: 84.098 Ex.<sup>1</sup>
- Reichweite: 0,60 Mio.<sup>2</sup>

## ZIELGRUPPE

AUTO ZEITUNG-Leser sind zielstrebig, neugierig und gelten als Hauptentscheider beim Autokauf.

- Ø 47,5 Jahre<sup>2</sup>
- Ø HHNE 3.802 €<sup>2</sup>
- 70% berufstätig<sup>2</sup>

## USPS

- Aktuelle Fahrberichte und harte Einzeltests
- Anspruchsvolle Reportagen
- AUTO ZEITUNG bietet professionelle Kaufberatung und breite Marktkenntnis
- Kompetente Beratung und Aktualität

<sup>1</sup>VW I/ 2023, <sup>2</sup>ma 2023 PM I



# ABENTEUER GIBT ES NOCH

## KONZEPT

FREEMEN'S WORLD lädt mit ungewöhnlichen, packenden Erlebnissen zum Träumen ein und ermutigt dazu, die eigene Tour zu starten. Abenteuerwelten mit Tiefgang, der Blick hinter die Kulissen und anspruchsvolle Fotostrecken in opulenter Optik, das ist FREEMEN'S WORLD.

## FACTS

- Gründungsjahr 2013
- Copypreis: 6,90 €
- Erscheinungsweise: 6x jährlich
- Heftformat: 230 x 297 mm
- Anzeigenpreis: 21.490 €
- Verkaufte Auflage: 22.500 Expl.<sup>1</sup>
- Reichweite: 0,31 Mio.<sup>1</sup>

## ZIELGRUPPE

Freemen's World –Leser/\*innen sind Lifestyle Leader, erlebnisorientiert, markenbewusst und achten auf gute Qualität.

- Ø 42 Jahre<sup>1</sup>
- Ø HHNE 3.800 €<sup>1</sup>
- 83% sind berufstätig<sup>1</sup>

## USPS

- Authentisch, glaubwürdig und emotional
- Outdoor-Erlebnisse der besonderen Art
- Anspruchsvolle Fotostrecken in opulenter Optik



<sup>1</sup>Verlagsanagbe

# THE VOICE OF MODERN LUXURY

## KONZEPT

MATERIALIST ermutigt, den Horizont zu öffnen und bietet Impulse – als Kompass zu den schönen und wertvollen Dingen des Lebens.

## FACTS

- Gründungsjahr 2015
- Copypreis: 12,80 €
- Erscheinungsweise: 6x jährlich
- Heftformat: 230 x 297mm
- Anzeigenpreis: 10.390€
- Verkaufte Auflage: 23.300 Expl.<sup>1</sup>

## ZIELGRUPPE

MATERIALIST – Leser/\*innen sind vermögend, gebildet, erfolgreich Qualitätsbewusst sowie Luxusorientiert.

- Ø 46 Jahre<sup>1</sup>
- Ø Pers. NE 3.868€ €<sup>1</sup>
- 88% sind berufstätig<sup>1</sup>

## USPS

- Vorstellung innovativer Unternehmen und Geschäftsmodelle
- Porträts erfolgreicher Unternehmer
- Megatrends aus Wirtschaft, Gesellschaft, Technologie und Umwelt



<sup>1</sup>Verlagsangabe

# SELBST IST DER MANN - HIER STEHT WIE'S GEHT!

## KONZEPT

SELBST IST DER MANN zeigt seit 1957 konsequent und detailliert, wie sich Projekte in Eigenarbeit verwirklichen lassen: Schritt für Schritt, mit verständlichen Texten und klarer Bildsprache. Das Magazin behandelt das komplette Spektrum der Heimwerker-Tätigkeiten vom Renovieren über den Möbelbau bis zu Projekten im Garten.

## FACTS

- 540.000 Leser\*innen pro Ausgabe
- 50.833 verkaufte Exemplare
- davon 20.155 Abonnent\*innen

## ZIELGRUPPE

SELBST IST DER MANN-Leser\*innen sind erfahrene Heimwerker\*innen, berufstätig, einkommensstark und Eigentümer\*innen. Vor allem sind sie eines:

ZU 100% DIY-EXPERT\*INNEN

- 89% sind männlich
- Ø 51,1 Jahre
- Ø HHNE 4.054 €
- 76 % sind berufstätig, davon 4% in Ausbildung

## USPS

- Kompetenter und unterhaltender Ideengeber
- Verständliche Anleitungen und zahlreiche Praxistipps
- Neueste Entwicklungen bei Materialien, Werkzeugen und Arbeitstechniken



# WEIL WIR ES WISSEN WOLLEN

## KONZEPT

WELT DER WUNDER bietet eine Entdeckungsreise durch Kosmos, Technik, Natur, Wissenschaft, Geschichte und Forschung. Das Magazin steht für verdichtete Erklärungs-kompetenz.

## ZIELGRUPPE

Die WELT DER WUNDER-Leserschaft ist Technik interessiert, naturverbunden und kreativ.

- Ø 45,3 Jahre
- Ø HHNE 3.801 €

## FACTS

- Copypreis: 4,30€
- Erscheinungsweise: monatlich
- Anzeigenpreis: 25.120€
- Verkaufte Auflage: 93.108 Ex.
- Reichweite: 1,00 Mio.

## USPS

- Beeindruckende Optik, aufwändige Info-Grafiken und spannende Texte
- WELT DER WUNDER vermittelt einer jungen, neugierigen Generation von Lesern den Spaß am Wissen



# AUTOZEITUNG.DE – DER PREMIUM INFLUENCER UNTER DEN AUTOMOBILPORTALEN

## KONZEPT

AUTOZEITUNG.DE ist das unabhängige und glaubwürdige Testmagazin im deutschen Markt sowie die erste Anlaufstelle für alle Kaufinteressierten.

## FACTS

- 3,86 Mio. Visits
- 15,66 Mio. Page Impressions
- 2,28 Mio. Unique User
- 246.814 Facebook-Fans
- 53.335 Instagram-Follower
- 25.558 Pinterest-Follower
- 10.100 YouTube-Abonnenten
- 519 TikTok-Fans

## ZIELGRUPPE

Die AUTOZEITUNG.DE-User sind kaufkräftig, technikaffin und legen Wert auf hohe Qualität.

- 79% männlich
- Ø 44,2 Jahre
- Ø HHNE 3.457 €

## USPS

- Vertrauenswürdiges Testmedium
- Relevante crossmediale Marke
- Storytelling für hochgradig interessierte Zielgruppe



# MÄNNERSACHE.DE WEIß, WAS MÄNNER WIRKLICH WOLLEN

## KONZEPT

MÄNNERSACHE.DE ist das erfolgreichste General Interest Portal für Männer, wo alle Männer-Themen ihre Rubrik finden!

Unser Erfolgsrezept: wir sind wie eine echte Männer-freundschaft: unkompliziert, bodenständig und einfach gut.

## FACTS

- 1,83 Mio. Visits
- 3,82 Mio. Page Impressions
- 1,59 Mio. Unique User
- 532.809 Facebook-Fans
- 45.173 Instagram-Follower
- 26.397 Pinterest-Follower

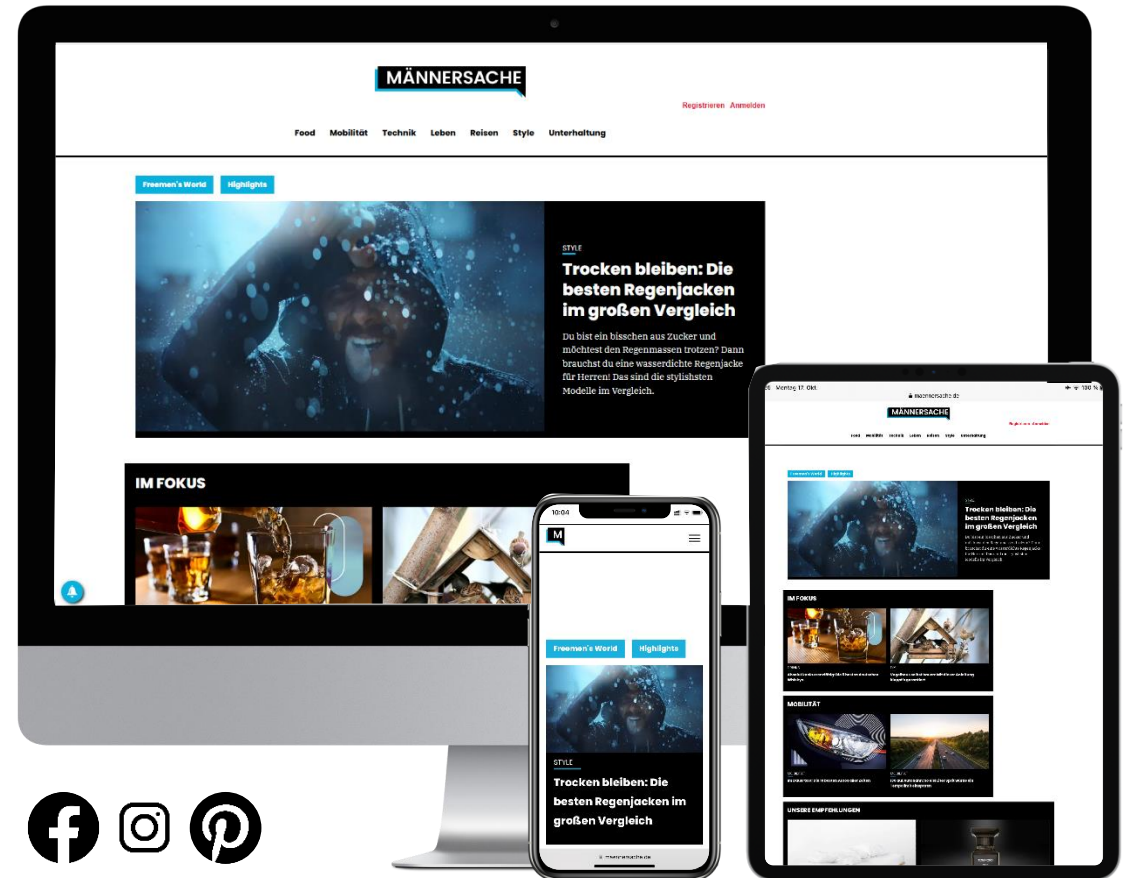
## ZIELGRUPPE

MÄNNERSACHE.DE-User sind einkommensstark, markenaffin, qualitätsbewusst und sportlich aktiv.

- 58% männlich
- Ø 47,0 Jahre
- Ø HHNE 3.301 €

## USPS

- Die reichweitenstärkste Männer-Website
- General Interest Portal für jedes Produkt
- Authentische Redaktion und garantierte Relevanz



# SELBST.DE – IMPULSE FÜR NEUE PROJEKTE

## KONZEPT

SELBST.DE ist Deutschlands größtes und umfangreichstes DIY-Portal. Die User\*innen zeigen starkes Vertrauen in die Marke – ideale Voraussetzung für crossmediale Branding-Kampagnen, die von einem hohem Zielgruppenfit profitieren können.

## FACTS

- 1,49 Mio. Visits
- 0,79 Mio. Unique User
- 4,64 Mio. Page Impressions
- 111.431 Facebook-Fans
- 315.543 Pinterest-Follower mit über 10 Mio. Betrachter\*innen pro Monat
- 2.590 Instagram Follower\*innen
- 12.900 Youtube-Absontent\*innen

## ZIELGRUPPE

SELBST.DE-User\*innen sind kaufkräftig und technikaffin, qualitätsbewusst und vielfältig interessiert.

- 53% sind männlich
- Ø 44,0 Jahre alt,
- Davon sind 62% 25-54 Jahre alt
- 83% sind berufstätig, davon 11% in Ausbildung
- 54% besitzen ein HHNE von 3.000 € und mehr
- Ø HHNE 3.429€

## USPS

- Größtes DIY-Portal
- Testberichte mit Prüfsiegel
- Verständliche Bauanleitungen
- Loyale Leserschaft
- 360° Markenauftritt

