

Martha Stewart Living

Konzept: Martha Stewart Living begeistert mit der ästhetisch einzigartigen und journalistisch fundierten Umsetzung eines Lebensgefühls der Häuslichkeit. Wohnen und Dekorieren, Kochen und Genießen sowie Gärtnern und Gestalten sind die Kernkompetenzen dieses Titels, der sich durch optische Opulenz und ein Layout der Premium-Klasse auszeichnet.

Background: Die deutsche Ausgabe ist Teil der internationalen Martha Stewart Familie, bestehend aus Zeitschriften, Büchern, Broadcast-Formaten und Produkten. Der Titel Martha Stewart Living wurde 1991 in Amerika gegründet und ist inzwischen in 17 Ländern erfolgreich etabliert.

Zielgruppe: Die Leserin ist zwischen 30 und 55 Jahren alt, wertebewusst, ästhetisch ambitioniert und im Innersten Hedonistin. Sowohl urban als auch ländlich lebend, sehnt sie sich nach der Balance zwischen Drinnen und Draußen in ihrer täglichen Lebensführung.

Copy-Preis: 4,90 €

Erscheinungstermin: 11. April 2012

Anzeigenschluss: 09. März 2012

Weitere Ausgaben: 11/2012, 12/2012, 01/2013

Anzeigenseitenpreis: 11.000,- €

Kreative Möglichkeit zur Markeninszenierung: 4-seitige Anzeigenstrecken werden zum Preis einer Doppelseite berechnet.

Druckauflage: 150.000 Exemplare

Ausstattung:

Format:	228 x 274 mm
Bindung:	Klebebindung
Papier:	Innenteil: 60 g/m ² LWC, Umschlag: 150 g/m ² BD inkl. UV-Lack
Druckverfahren:	Umschlag: Offsetdruck / Innenteil: Tiefdruck

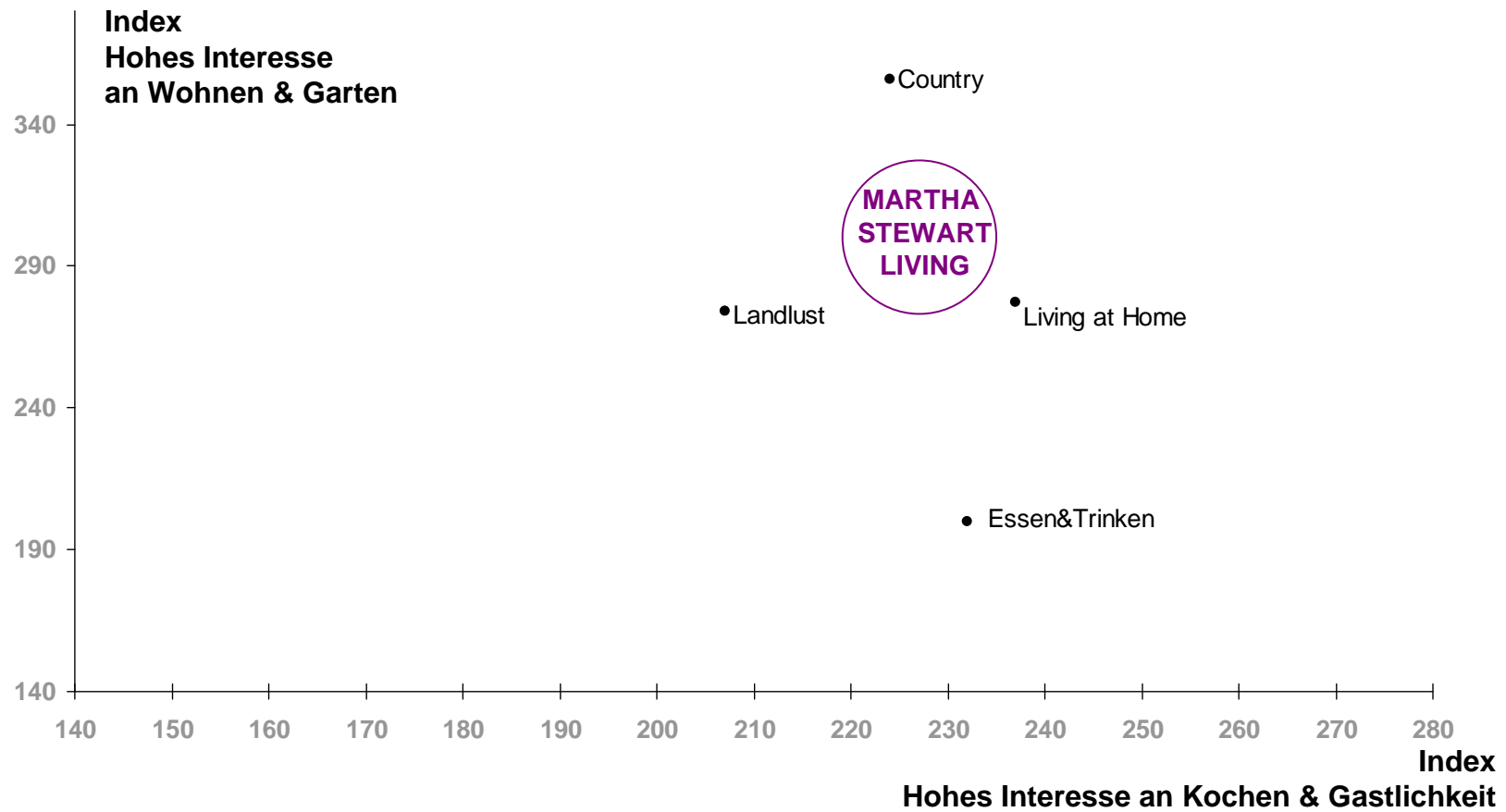
MEDIENGRUPPE
KLAMBT



Coverbeispiel USA

Angestrebte Positionierung

Hohes Interesse Wohnen/Einrichten und Garten vs. Kochen und Gastlichkeit



Quelle: AWA 2010, MARTHA STEWART LIVING = angestrebte Positionierung