



Seit nunmehr 30 Jahren ist der BESTSELLER sein medialer Fixstern der österreichischen Kommunikationsbranche. Bekannt für seine qualitativ hochwertigen und in die Tiefe recherchierten Artikel war er schon immer ein wertvoller, weil informativer Nutzenstifter für alle Entscheider aus Marketing, Werbung, Medien. Und weil gerade ein Fachmagazin für Kommunikation stets am Puls der Zeit sein muss, wurde der BESTSELLER im Herbst 2009 im Rahmen eines viel beachteten Relaunches komplett runderneuert – und zwar optisch wie inhaltlich.



Zielgruppen

Auftraggeber aus Handel, Industrie etc. 66 %

Agenturen 21 %

Medien, Verlagsgewerbe 10 %

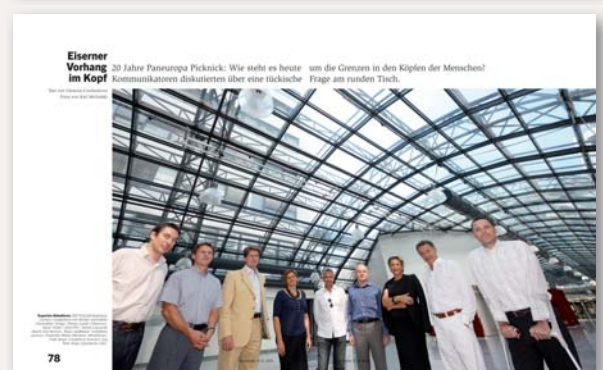
Dienstleister für Werbung & Sonstige 3 %

Entscheidungsträger der Kommunikationsbranche

- **Marketing:** Marketingleiter, Werbe- und Vertriebsleiter, Product Manager aus Wirtschaft, Industrie und Handel
- **Agenturen:** Führungskräfte in Werbe-, Media-, PR-, Online-, Direct-Marketing-, Promotion-, Event-Agenturen
- **Medien:** Manager aus TV, Print, Radio, Internet und Außenwerbung
- **Dienstleister:** Geschäftsführer und Projektleiter von Bildagenturen, Druckereien, Messeveranstaltern, aus Marktforschung, Werbefilm, Tonstudios und der Verpackungsindustrie

alle an Kommunikation interessierte Leser

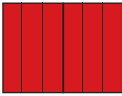









Designer, Fotografen, Graphic Designer, Künstler, Journalisten, Junior-Berater, -Kontakter, -Planer, Regisseure, Studenten, Young Creatives



BESTSELLER

Monat für Monat: Wissen und Service

Anzeigenformate & -preise

Formate	Breite & Höhe im Satzspiegel in mm/abfallend in mm	Preise 4c/sw
Doppel- seite	430 x 244 470 x 290 	4C € 9.160,- SW € 5.795,-
1/1 Seite	203 x 244 235 x 290 	4C € 4.580,- SW € 2.900,-
2/3 Seite	hoch: 134 x 244/154 x 290 quer: 203 x 161/235 x 185  	4C € 3.230,- SW € 2.370,-
1/2 Seite	hoch: 95 x 244/115 x 290 quer: 203 x 119/235 x 143  	4C € 2.990,- SW € 1.885,-
1/3 Seite	hoch: 60 x 244/80 x 290 quer: 203 x 76/235 x 100  	4C € 2.650,- SW € 1.750,-
1/4 Seite	Kasten: 95 x 118/115 x 142 quer: 203 x 59/235 x 83  	4C € 2.175,- SW € 1.410,-

*Beilagen:

bis 10 Gramm	€ 3.200,-
bis 20 Gramm	€ 3.770,-
ab 20 Gramm	auf Anfrage

*Beikleber:

bis 10 Gramm	€ 3.540,-
bis 20 Gramm	€ 4.170,-
ab 20 Gramm	auf Anfrage

*Beihefter:

bis 10 Gramm	€ 3.230,-
bis 20 Gramm	€ 3.750,-
ab 20 Gramm	auf Anfrage

*Aufkleber/ Tip-on-Card:

€ 1.520,-	
Mindestformat 52 x 74 mm	
Höchstformat 190 x 190 mm	
bis max. 5 Gramm Gewicht,	
ab 5 Gramm	auf Anfrage

*Banderole:

€ 3.375,-
Länge 490 x Höhe 110 mm

Sonderwerbformen auf Anfrage

* Alle Preise gelten bei fertig gedruckter Anlieferung und für die Gesamtauflage.

Abfallende Sujets mit 3mm Überfüller

Hard Facts

Auflage: 12.800 Exemplare

Heftformat: 235 x 290 mm

Druckunterlagen: siehe Folder-Rückseite

Erscheinungsweise, Anzeigen- und Druckunterlagenschluss:

siehe Themen- und Terminplan anbei oder aktuell anzufordern unter a.schlosser@manstein.at oder c.daiker@manstein.at



Der neue BESTSELLER vereint erstmals den Nutzen eines Fachmagazins mit dem Lesegenuss eines Publikumsmagazins. Durch einen neuen, lebendigeren und menschlicheren Zugang – Kommunikationsbusiness ist schließlich People-Business – erhalten selbst vermeintlich spröde Branchenthemen nun eine bisher in unserem Land unbekannt Frische und Leichtigkeit und damit einen völlig neuen Lesegenuss. Der neue BESTSELLER informiert nicht mehr nur, er inspiriert, er bewegt, er berührt. Mit Geschichten, die über den Tellerrand blicken, Phänomene beleuchten, zukunftsweisende Entwicklungen aufzeigen. Vor allem aber mit Storys, die mit Genuss im privaten, entspannten Leseumfeld konsumiert werden. Und zwar nicht nur von Entscheidern, sondern stellenweise durchaus auch von solchen, die es einmal werden wollen, sowie von grundsätzlich an Kommunikationstrends interessierten Lesern.

Opinionleader über den neuen BESTSELLER:

„Ganz ehrlichen und sehr herzlichen Glückwunsch zum gelungenen Relaunch des BESTSELLER – obwohl es sich hier vielmehr um eine ausgesprochen funktionierende Neukonzeption handelt, doch dies ist schlussendlich ‚g’hupft wie g’hatscht‘. Was zählt, ist das Ergebnis: eine klare, positiv dominante Bildsprache, genügend Dichte bei angenehmen Weißräumen und vor allem interessante Porträts und Geschichten.“

Oliver Voigt, News Verlag

„Mit diesem optisch wie inhaltlich hochwertigen, modernen Produkt haben Sie es geschafft, Ihren LeserInnen eine echte Freude zu machen! Vor allem hat es so gar keinen ‚Klein-Österreich‘-Touch, sondern kann sich auch im internationalen Vergleich sehen lassen.“

Bettina Widlar-Rainer, Q-COM Communications Consulting GmbH

„Wenn eine Neuerung eine Verbesserung ist, ist es Zeit für ein Lob. Und Zeit, sich bei engagierten Menschen zu bedanken, die uns Lesevergnügen im ganzheitlichen Anspruch bereiten. Wertiges Format, anspruchsvolles Layout, gute Haptik, sehr schöne Bildsprache, inhaltvolle Texte. Mit einem Wort: gelungen! Nein, sehr gelungen!“

Gustav Soucek, Freie Kreative Werbung

„Der neue BESTSELLER hat einen wirklichen Schritt nach vorne gemacht.“

Stefan Schmetzing,

Stefan Schmetzing – Communication und Marketing Advisor

„Der neue BESTSELLER kommt so gar nicht mehr mit dem altbackenen Fachmedien-Charme daher, sondern als ein modernes, erwachsenes Magazin auf der Höhe der Zeit – wobei der Spagat zwischen inhaltlicher Gewichtigkeit und ästhetischer Leichtigkeit sicherlich nicht leicht ist.“

Erwin Vaskovich, Zenith Optimedia

„Schön zu sehen, wenn ein derartiges Produkt ‚menschlicher‘ wird. Der BESTSELLER wird ab sofort vom Schreibtisch auf die Wohnzimmer-Couch transferiert.“

Thomas Widhalm, LAOLA1

„Die Inhalte machen Lust aufs Lesen und das neue Format, die Optik sind sehr wertig. Dieser neue BESTSELLER könnte ein ‚Bestseller‘ werden.“

Martina Hörner, Ja! Natürlich

„Respekt, das ist ein äußerst gelungenes Produkt, gefällt mir außerordentlich gut. Insbesondere die Formatänderung: sie hebt noch einmal die Kompetenzanmutung, die durch den Inhalt und das elegante Layout auch gerechtfertigt ist.“

Raimund Jacoba, Gewinn

„Das neue Layout schlägt so ziemlich alle heimischen ‚Medien‘-Medien.“

Michael Mauritz, Erste Group Bank AG

„Den ‚alten‘ BESTSELLER habe ich kaum mehr angeschaut, zu viele Kleinigkeiten, zu wenige große Geschichten und ästhetisch völlig ‚altväterisch‘. Der neue: lesefreundlich, modern und gut geschrieben!“

Mira Kloss-Zechner, bwin

„Wäre der neue BESTSELLER ein Plakat, wäre er gewaltig Impact-stark. Alle des Relaunch-Teams ‚worked their magic‘: Ich lese länger und lieber im neuen Heft – und wie bei guten Zaubertricks üblich, – kann ich mir diese neue Lesequalität und -dauer nur teilweise erklären. Ein starker Bringer: die Bildsprache, die sich sichtlich zu den Menschen in der Branche bekennt. Chapeau.“

Roland Graf, Wirtschaftsforum der Führungskräfte