

ACTIVE BEAUTY

Das
Magazin
von
dm

ÖSTERREICHS GRÖSSTES FRAUENMAGAZIN*

MEDIA DATEN & TARIFE 2021



Foto: Elizaveta Porodina

*Media-Analyse 2019, österreichweit. Ab 2019 neues Studiendesign (Mediaanalyse), Vergleich mit bisherigem Studiendesign (CAWI) nicht vergleichbar und unzulässig.

activebeauty.at

INHALT



ACTIVE BEAUTY, DAS MAGAZIN VON dm

- PRINT
- ONLINE

- 3
- 4
- 5

PRINT

- LESERSCHAFT & VERSAND
- ANZEIGEN & PAKETE
- ADVERTORIAL
- SONDERWERBEFORMEN
- ERSCHEINUNGSTERMINE

- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- 11

ONLINE

- WERBEFORMEN-ÜBERSICHT
- HALF PAGE
- SITEBAR/UNDERSTITIAL
- BILLBOARD/INTERSTITIAL
- MEDIUM RECTANGLE
- PRE-ROLL
- INDIVIDUELLE VIDEOS
- CONTENT AD PACKAGE

KONTAKT

GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

- 12
- 13
- 14
- 15
- 16
- 17
- 18
- 19
- 20
- 22
- 23



Foto: Elizaveta Porodina

ACTIVE BEAUTY PRINT



1.000.000* Auflage



50.000 Exemplare an Haushalte mit Kindern

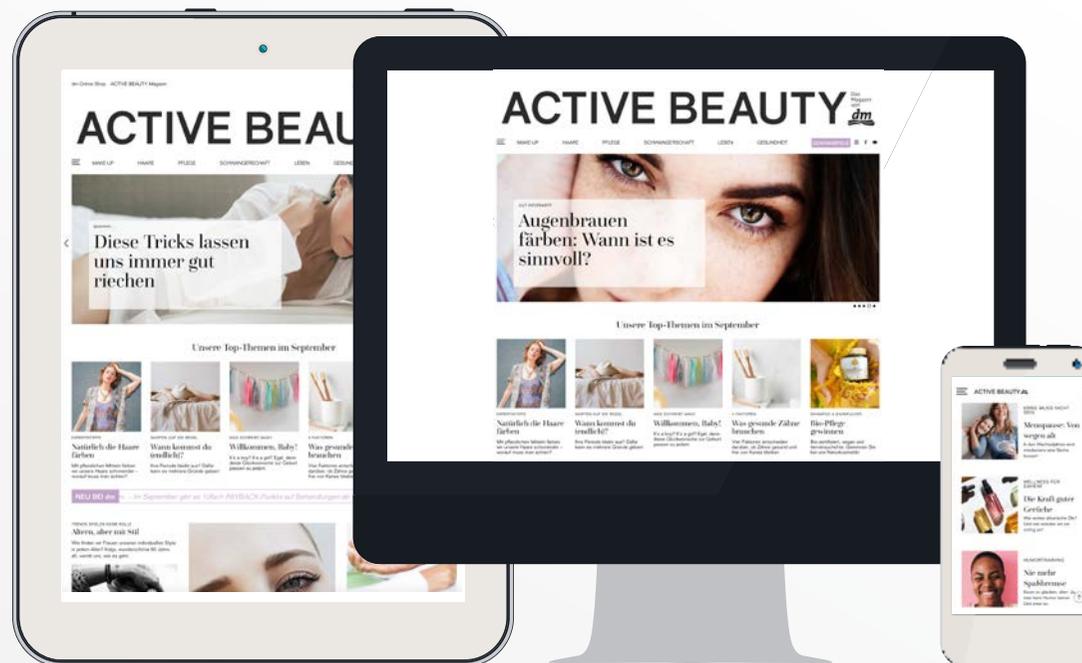
ACTIVE BEAUTY von dm drogerie markt ist mit einer Auflage von 1.000.000*, davon mindestens 850.000 mit personalisierter Zustellung, das reichweitenstärkste, meistgelesene Frauenmagazin in Österreich und nimmt Bezug auf die vielfältigen Lebenswelten der Leserinnen und Leser sowie Userinnen und User.

Leben, Schönheit und Balance: Wir bringen Geschichten, die inspirieren und begeistern, die zum Nachdenken und zur persönlichen Veränderung anregen.

Ergänzt wird das Print-Magazin durch die digitale Auflage unter **activebeauty.at** mit 580.000** Nutzerinnen und Nutzern.

* Die Auflage von 1.000.000 wurde analog der COVID-Krise je nach Verordnungen auf 940.000 gekürzt.

** Webtracking Google Analytics 2020/03-2020/08



24/7 – Immer und zu jeder Tageszeit
580.000* Nutzerinnen und Nutzer
74.000* monatlich gelesene Artikel



Foto: Elizaveta Porodina

ACTIVE BEAUTY LESERSCHAFT & VERSAND



pro ACTIVE BEAUTY
Ausgabe (10x/Jahr)



pro ACTIVE BEAUTY
family Ausgabe (2x/Jahr)



ACTIVE BEAUTY
Magazin (10x/Jahr)

18 JAHRE ERFOLGSGESCHICHTE

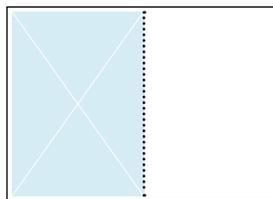
„Die Ausweisung in der Media-Analyse 2019 demonstriert abermals die Wichtigkeit von **ACTIVE BEAUTY** für die österreichische Frauenmagazinlandschaft. Damit wird sowohl die funktionierende Distribution an Kundinnen in ganz Österreich, die Qualität des Magazins als auch die Verlässlichkeit des Titels in der Medienlandschaft und für Werbepartner unter Beweis gestellt.“

* Quelle: laut jüngst verfügbaren Daten aus der ÖAK 2. Halbjahr 2019
Ab 2019 neues Studiendesign (Mediaanalyse), Vergleich mit bisherigem Studiendesign (CAWI) nicht vergleichbar und unzulässig.

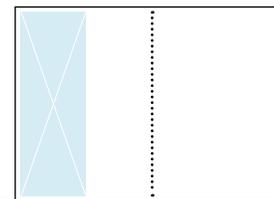
Die Halbjahreswerte der Media-Analyse 2020 geben unter anderem Aufschluss darüber, dass ACTIVE BEAUTY das reichweitenstärkste, meistgelesene Frauenmagazin in Österreich bleibt.



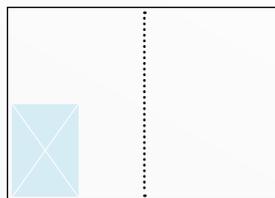
2/1



1/1



1/2



1/4



Gatecover



Tabernakel-Cover

ACTIVE BEAUTY

INSERAT	ABFALLEND	PREIS	PREIS (ADVERTORIAL)
2/1	390 x 264 mm	€ 42.100,-	€ 39.700,-
1/1	195 x 264 mm	€ 23.700,-	€ 22.500,-
1/2	97 x 264 mm	€ 14.300,-	-
1/4	97 x 132 mm	€ 10.000,-	-
Gatecover	-	Auf Anfrage	-
Tabernakel-Cover	-	Auf Anfrage	-

3+1 = Sie bezahlen **drei ganzseitige Anzeigen** und bekommen **eine gratis** dazu.

5+2 = Sie bezahlen **fünf ganzseitige Anzeigen** und bekommen **zwei gratis** dazu.

10+5 = Sie bezahlen **zehn ganzseitige Anzeigen** und bekommen **fünf gratis** dazu.

Gestaltungskosten: Gestaltung aller Advertorials, einer Promotion oder Anzeige mit Ihren beigestellten Unterlagen zusätzlich € 1.300,- pro Einzelseite und € 2.200,- für eine Doppelseite. Die Fotokosten für eventuell zuzukaufendes Fotomaterial werden gesondert und nach Aufwand verrechnet. Anfragen unter anzeigen@customize.at oder unter +43 1 (0) 411 95 30.

Sonderplatzierung: Platzierungszuschläge auf Listenpreis, werden nicht rabattiert. 2. und 3. Umschlagseite (U2/U3) 15% ontopp.

ACTIVE BEAUTYfamily

INSERAT	FORMATE	ABFALLEND	PREIS
1/1	Hoch	168 x 223 mm	€ 9.000,-
1/2	Hoch	81 x 223 mm	€ 5.000,-

ACTIVE BEAUTY family erscheint **zweimal jährlich** und wird an **50.000 Jungfamilien** versendet.

Zahlungsmodalitäten: Innerhalb von 14 Tagen ohne Abzug. Alle Preise zuzüglich 5% Werbeabgabe und 20% MwSt., Fremdanzeigenzuschlag 50%.

Storno: Stornierungen von Anzeigen sind bis jeweils vier Wochen vor dem Anzeigenschluss in schriftlicher Form möglich.

Produktionsvoraussetzungen: Kosten, die gegebenenfalls durch verspätete oder unfertige Anzeigendruckunterlagen entstehen, werden dem Anzeigenkunden in Rechnung gestellt.

Agenturprovision: 0%

Preise gültig bis 31.12.2021.

Konzeption, Gestaltung sowie Textierung einer redaktionellen Anzeige in Form eines Advertorials werden auf Basis der vom Partner zur Verfügung gestellten Informationen und Unterlagen durchgeführt. Ideal zur Ergänzung der thematisch passenden Werbeanzeigen. Kennzeichnung anhand des Wortes „Advertorial“.

ADVERTORIAL

SCHUTZMANTEL FÜR ZÄHNE

Putzen, Kauen, säurehaltige Getränke und Speisen – unsere Zähne müssen sich gegen „Angreifer“ gut wappnen. Und können jede Unterstützung dabei gut gebrauchen.



Es gibt Dinge, die halten wir für so naheliegend und selbstverständlich, wir stellen sie schon gar nicht mehr in Frage. Die richtige Zahnhygiene: Zweimal täglich putzen, Zahnseide verwenden, ein bis zwei Mal im Jahr zur Mundhygiene beim Zahnarzt. Dann sind uns gesunde und starke Zähne sicher. Dachten wir.

Ein wichtiger Faktor für gesunde Zähne spielt aber auch die Ernährung. Es ist nämlich nicht nur der bekanntermaßen „böse Bube Zucker“, der Karies hervorruft kann. Auch gesunde Nahrungsmittel wie Obst setzen unseren Zähnen mit Säure zu und greifen den Schutzmantel an. Also Energy Drinks und säurehaltiges Obst reduzieren hilft, dachten wir.

An eines haben wir vielleicht noch nicht gedacht: Jedes noch so schöne Gebiss nützt sich im Laufe der Zeit ab. Kauen, das Bürsten beim Zähneputzen – oft putzen wir mit viel zu viel Kraft – aber vor allem säurehaltige Speisen und Getränke machen die Zahnoberfläche rau und porös. Es entstehen mikroskopisch kleine Defekte, der Zahnschmelz wird dünner. Unser Körper, der den Zahnschmelz nicht nachkauen kann, schickt uns deutliche Warnsignale: Die Zahnhälse liegen frei und werden empfindlich. Die Zähne werden dünner und durchscheinender. Und: Die Form und die Farbe der der Zähne verändern sich.

Aber soweit muss es nicht kommen. Zähneputzen mit aufbauenden Substanzen ist ein guter Weg, die Zähne mit einem Schutzmantel zu versehen und so den Prozess zu verlangsamen. Dr. Wolff's Biorepair Zahnpasta beispielsweise setzt dabei auf den Wirkstoff Zink-Carbonat-Hydroxyapatit, der dem natürlichen Zahnschmelz nachgebildet ist. Dieser lagert sich beim täglichen Zähneputzen an die Zahnoberfläche an und kann mikroskopisch kleine Defekte reparieren. Die Zähne fühlen sich auch gleich glatter an.

Richtige Zahnhygiene sowie gute Ernährung – so sind uns schöne und gesunde Zähne sicher. ☺



Dr. Wolff's Biorepair Zahnpasta schützt die Zähne rundum mit bioinspirierten Signal-Molekülen und repariert die Zahnoberfläche.

Foto: Zeno

ADVERTORIAL

AUS REINEM GEWISSEN

Kaufen, wegwerfen, neu kaufen: Diesen umweltgefährdenden Kreislauf wollen immer mehr Menschen durchbrechen. Denn unser Müll belastet die Umwelt. Ein österreichisches Unternehmen will deshalb in Sachen Nachhaltigkeit ganzheitlich umsetzen.




rPET steht für Recycled/Regenmat PET – also Altplastik, das wiederverwertet wird – und spielt im Unternehmen Henkel eine immer größere Rolle: Die Flaschenkörper der Marken Silan, Clin und Frii werden bereits aus 100% rPET gefertigt. Beim Waschmittel Fews sind 50% rPET-Anteil im Flaschenkörper enthalten.

Was das bringt? „Wir reduzieren den Neuplastik-Anteil bei unseren Silan-Flaschen am Standort Wien um 1.600 Tonnen“, sagt Erich Schlenz, Head of Packaging Implementation CEE Laundry & Home Care. Die Wiederverwertung bringt nicht nur weniger Müll mit sich, sondern fördert auch unser Klima – so können 2.160 Tonnen CO₂ eingespart werden. Und das wiederum entspricht dem jährlichen Stromverbrauch von fast 1.400 österreichischen Haushalten, also einem kleinen Dorf.

Dass Henkel in Wien produziert, hat noch mehr Vorteile: Kurze Transportwege in Österreich und in benachbarte Länder sowie die Nutzung lokaler Ressourcen sind zwei davon. Umweltschonend ist das Werk in Wien aber noch aus anderen Gründen. Denn beim Umweltschutz denkt Henkel ganzheitlich und setzt zum Beispiel auf möglichst geringe Abwasserbelastung durch ein sicheres Leitungssystem, Doppelwandgruben und die Nutzung von Molkereyresten. Der schonende Umgang mit natürlichen Ressourcen zeigt sich auch in der Gebäulichkeit. In den letzten neun Jahren konnte das Unternehmen knapp ein Drittel an Wasser einsparen und den Energieverbrauch im Werk insgesamt um 29% senken. Und dieses Engagement verdient Auszeichnungen: Für ganzheitliches Umweltmanagement erhielt Henkel letztes Jahr den Preis der Stadt Wien als „Jobolites Wien Betrieb“ und den „Umweltpreis der Stadt Wien“. Dieser Jahr wurde Henkel erneut die höchste Auszeichnung für Umweltmanagement, die EMAS-Zertifizierung, verliehen. Darauf ist das Unternehmen zurecht sehr stolz.

Einen Schritt weiter geht Henkel auf internationaler Ebene. „Seit 2016 unterstützt Henkel das Sozialunternehmen Plastic Bank aktiv“, sagt Erich Schlenz. Plastic Bank macht in Ländern wie Haiti, Äquatorialien und Indonesien aus Plastik nicht Müll, sondern Geld – das nennt man Social Plastic.

In puncto umweltschonender Wirtschaftspraxis ist Henkel damit auf dem besten Weg, Vorbild für andere große Unternehmen zu sein. ☺

ADVERTORIAL



WEIL ES EINEN UNTERSCHIED MACHT

Aus dem Bewusstsein für ein nachhaltiges Leben ist eine Bewegung geworden, die immer mehr Menschen und Unternehmen vorantreibt. Gut so.

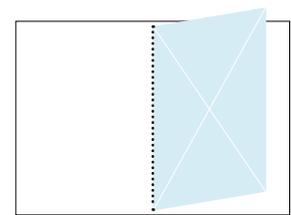
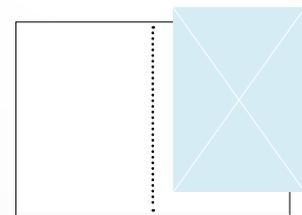
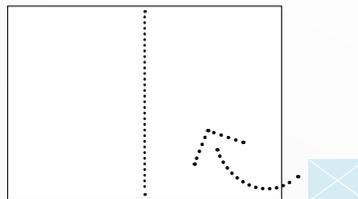
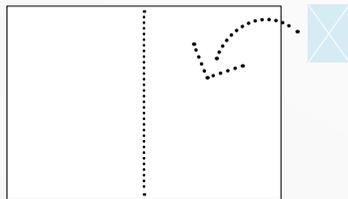
Achtam mit sich und der Welt umgehen. Bewusst leben. Kleine Momente genießen. Nachhaltig denken. Vieles davon hat seinen Platz in unserem Leben gefunden. Wir bekommen jeden Tag eine neue Chance, mit unserem Handeln etwas zu erreichen, das uns allen zu Gute kommt. Wir wissen, an welchen Schräbchen wir drehen müssen, um etwas in die richtige Richtung zu verändern. Ein Jahr Zero Waste – bitte sehr, 365 Tage lang nichts Neues kaufen – geht doch. Den Minimalismus leben und alles, was wir besitzen wertzuschätzen, anstatt es nur zu konsumieren – auch das haben wir in unser Leben eingebunden.

Vorbild sein. Mehr erreichen mit weniger Ressourcen – speziell für Unternehmen sollte dieses Kredo zählen. Nachhaltige Produkte möglichst aus regionaler Herstellung, kurze Transportwege und faire Arbeitsbedingungen, das ist für uns Konsumentinnen und Konsumenten wichtig. Eines der Unternehmen, das diese Entwicklung lange schon fördert und erfüllt, ist Henkel. An jedem Glied der Kette steht eine nachhaltige Nutzung der Ressourcen im Fokus, mit dem Ziel, ein klimapositives Unternehmen zu sein. Für sein ganzheitliches Umweltmanagement erhielt Henkel dieses Jahr erneut die höchste Auszeichnung für Umweltmanagement, die EMAS-Zertifizierung, verliehen.

Natürlich besser. Über Grenzen hinweg denken, und daran, dass der Enthusiasmus jedes Einzelnen uns alle voranbringt, zählt für Henkel ebenso. Mit der Produktlinie Pro Nature geht man einen Schritt weiter. So sind nicht nur alle Verpackungen von der Produktlinie, wie zum Beispiel Blue Star Pro Nature WC-Reiniger, zu 100% recycle. Für Frii und Clin wird der Social Plastic Anteil bis zum Jahresende von 25% auf 50% erhöht. Social Plastic – also Plastik, das gesammelt wurde, bevor es in das Meer oder in Flüsse gelangt ist aus einer Zusammenarbeit mit David Katz, CEO der Plastic Bank entstanden. Plastic Bank schafft eine Wertschöpfungskette, die zu einer besseren Welt beiträgt. Unsere Partnerschaft mit Henkel ist ein gutes Beispiel dafür, was man erreichen kann, wenn man sich zusammenheftet“, so David Katz. Aber damit nicht genug: Pro Nature wird kontinuierlich erweitert und verbessert. Ein gutes Beispiel: Das neue Sonett Pro Nature mit 94% natürlichen Inhaltsstoffen und einer Verpackung aus 100% recyceltem Karton. Dabei die höchsten Zertifizierungen wie Eco-Label oder den Blauen Engel zu erzielen, ist Henkel ein wichtiges Anliegen. Wie gesagt: Zusammen erreichen wir mehr. Denn jeder Schritt zählt. ☺

Pro Nature zum Thema Social Plastic, Nachhaltig mit Henkel und die Pro Nature Produkte erhalten Sie hier: www.nature.de

ACTIVE BEAUTY SONDERWERBEFORMEN



SACHETS (PRODUKTPROBEN) AUF TRÄGERINSERAT ¹⁾

ab 1/1 Seite Mindestauflage: 100.000 Stück

Mindestformat: 60 x 100 mm
(andere auf Anfrage)

Klebedifferenz: +/- 10 mm

Maximalstärke: 2 mm

Sachetform: rechteckig oder quadratisch
(andere auf Anfrage)

Gewicht: bis 20 g

Anlieferung: lose, stehend in einer Reihe, Kartonverpackung

Platzierung: nach Bogensprung

PREIS pro 1.000 STÜCK:

Gesamtauflage: € 120,-
Teilaufgabe: € 130,-

Die Produktproben müssen einen Berstdruck von mind. 10.000 N (10 N = Ca 1 kp) über 15 Min. Standhalten. Schmelzpunkt der Produktprobenumhüllung muss über 180 °C liegen. Sachets müssen vorher auf Verwendbarkeit geprüft werden.

TOC AUF TRÄGERINSERAT

ab 1/1 Seite Mindestauflage: 100.000 Stück

Mindestformat: 105 x 148 mm (A6)

Klebedifferenz: +/- 10 mm

Anlieferung: endbeschnitten

Maximalformat: 148 x 210 mm

Gewicht: bis 10 g

Platzierung: nach Bogensprung

PREIS pro 1.000 STÜCK:

Gesamtauflage: € 120,-
Teilaufgabe: € 130,-

Bei Überschreitung der Gewichtsstufe bitte gesondert anfragen

BEILEGER

ab 1/1 Seite Mindestauflage: 100.000 Stück

Mindestformat: 105 x 148 mm (A6)

Gewicht (einseitige Beilage): bis 10 g

Anlieferung: lose, größtmöglich verschränkt

Maximalformat: 175 x 244 mm

Gewicht (mehreseitige Beilage): bis 30 g

PREIS pro 1.000 STÜCK:

Gesamt-/Teilaufgabe

bis 10 g: € 95,- € 100,-
bis 20 g: € 120,- € 130,-
bis 30 g: € 130,- € 140,-

Beileger muss vorher auf Verwendbarkeit geprüft werden. Bei Überschreitung der Gewichtsstufe bitte gesondert anfragen.

BEILEGER

ab 1/1 Seite Mindestauflage: 100.000 Stück

Mindestformat: 105 x 148 mm (A6)

Kopfbeschnitt: +3 mm

Fuß: +3 mm

Platzierung: nach Bogensprung

Maximalformat: 195 x 264 mm (Heftgröße)

Fräßbrand: +4 mm

Seitlich: +3 mm

Gewicht (mehreseitiger Beileimer): bis 30 g

PREIS pro 1.000 STÜCK:

Gesamt-/Teilaufgabe

bis 10 g: € 120,- € 130,-
bis 20 g: € 130,- € 140,-
bis 30 g: € 140,- € 150,-

Bei Überschreitung der Gewichtsstufe bitte gesondert anfragen.

WEITERE SONDERWERBEFORMEN ²⁾

Banderole, Tip on Card, Gatecover, Cover mit Stanze, Tabernakel-Cover

Preise gültig bis 31.12.2021.

¹⁾ Voraussetzung: Buchung einer 1/1 Anzeigenseite oder eines Anzeigenpaketes. Fixierung der Sonderwerbeform 8 Wochen vor Erscheinungstermin des ACTIVE BEAUTY Magazins. Die Sonderwerbeform muss sich für die maschinelle Verarbeitung eignen. Bitte vorab um Muster an die CUSTOMIZE mediahouse GmbH, um in Ihrem Sinne testen zu können.
²⁾ Preis nach Rücksprache und genauer Anfrage.

ACTIVE BEAUTY ERSCHEINUNGSTERMINE

ACTIVE BEAUTY
erscheint
jeweils am
ersten Mittwoch
des Monats

AUSGABE MONAT	SORTIMENTSSCHWERPUNKTE	AZS	DU	ET
02/21 FEBRUAR	Nachhaltig das Leben spüren: Von der Natur geküsst die Leichtigkeit des Seins genießen.	12.11.2020	26.11.2020	03.02.2021
03/21 MÄRZ	Starke Augenblicke: Die Farben des Frühlings lassen die Augen und das eigene Ich erstrahlen.	22.12.2020	11.01.2021	03.03.2021
*04/21 APRIL	Das Glück finden: Mehr Mut zu individuellen Looks und sich dabei neu entdecken.	21.01.2021	04.02.2021	07.04.2021
05/21 MAI	Geschenkte Zeit: Die Liebe zur Mama pflegen und die Haut auf die Sonne vorbereiten.	18.02.2021	04.03.2021	05.05.2021
06/21 JUNI	Lust auf Lebensfreude: Die neue Männlichkeit feiern und in die Sonnenseiten des Lebens eintauchen.	11.03.2021	26.03.2021	02.06.2021
07 – 08/21 SOMMER	Der Zauber der Auszeit: Das Salz auf unserer Haut wahrnehmen und den Sommer riechen, spüren und schmecken.	29.04.2021	12.05.2021	07.07.2021
09/21 SEPTEMBER	Der Wind der Veränderung: Der Herbst bringt neue Farben ins Haar und neuen Schwung ins Leben.	10.06.2021	24.06.2021	01.09.2021
*10/21 OKTOBER	Momente der Entspannung: Körper, Geist und Seele verwöhnen und sich mit Naturkosmetik Gutes tun.	29.07.2021	12.08.2021	06.10.2021
11/21 NOVEMBER	Inspirationen für die Sinne: Bezaubernde Dufterlebnisse im Home Spa und Vorfreude auf Weihnachten.	19.08.2021	02.09.2021	03.11.2021
12/21 – 01/22 WINTER	Den Winter genießen: Wellness für die Seele und sich selbst und andere achtsam beschenken.	23.09.2021	07.10.2021	01.12.2021

AZS = Anzeigenschluss · DU = Druckunterlagenschluss · ET = Erscheinungstermin
*mit ACTIVE BEAUTY family



Foto: Elizaveta Porodina

ACTIVE BEAUTY WERBEFORMEN-ÜBERSICHT

Rotierende oder exklusive Banner und Videos auf der Startseite von activebeauty.at und/oder auf den Subseiten bei Beiträgen in Mobil- und Desktopversion möglich.

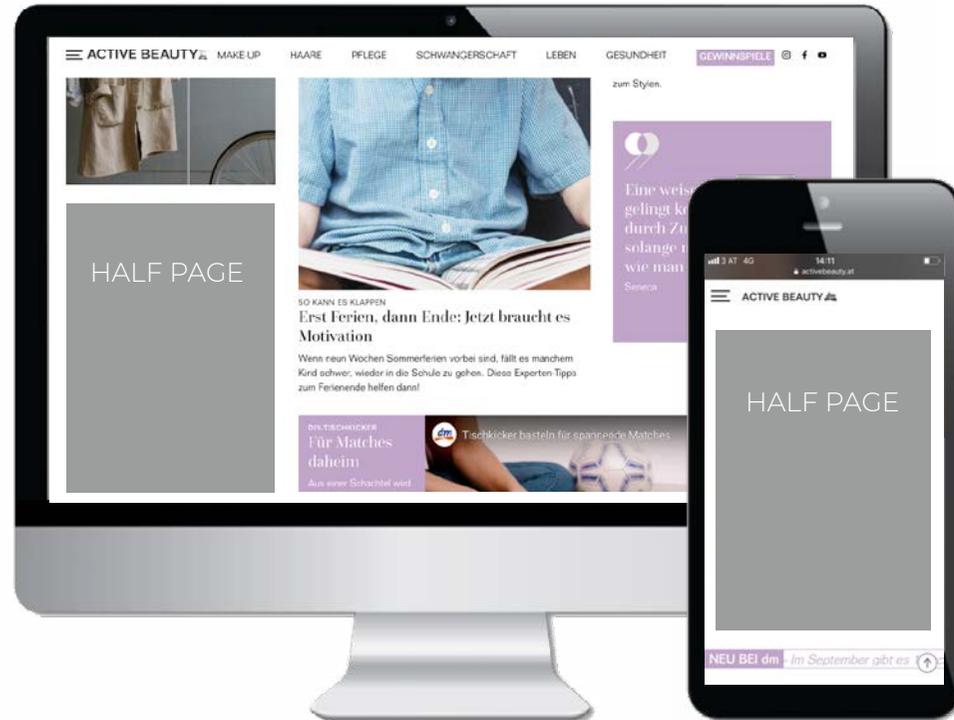
NAME	FORMAT	STARTSEITE	SUBSEITE	PREIS
HALF PAGE	Desktop/Mobil: 300 x 600 px	X 	X 	€ 2.800,-
SITEBAR/UNDERSTITIAL <small>(nur exklusiv *)</small>	Desktop: 300 x 600 px /Mobil: 320 x 480 px		X 	€ 2.800,-
BILLBOARD/INTERSTITIAL	Desktop: 970 x 250 px /Mobil: 300 x 250 px		X 	€ 2.800,-
MEDIUM RECTANGLE	Mobil: 300 x 250 px		X 	€ 2.800,-
PRE-ROLL	Desktop/Mobil: 600 x 338 px	X 		€ 4.300,-
INDIVIDUELLE VIDEOS	DETAILS AUF ANFRAGE		X 	ab € 6.730,-**

ACTIVE BEAUTY HALF PAGE

Der Half Page Banner wird direkt auf der Startseite von activebeauty.at integriert und bietet sich für aufmerksamkeitsstarke, kreative Kampagnen an.

Desktop: Fixe Platzierung (ohne Aufpoppen) auf der Startseite inkl. Platzierung auf den Unterseiten/Beitragsseiten (scrollt mit).

Mobil: Fixe Platzierung (ohne Aufpoppen) auf der Startseite.



Ausspielung: Desktop/Mobil

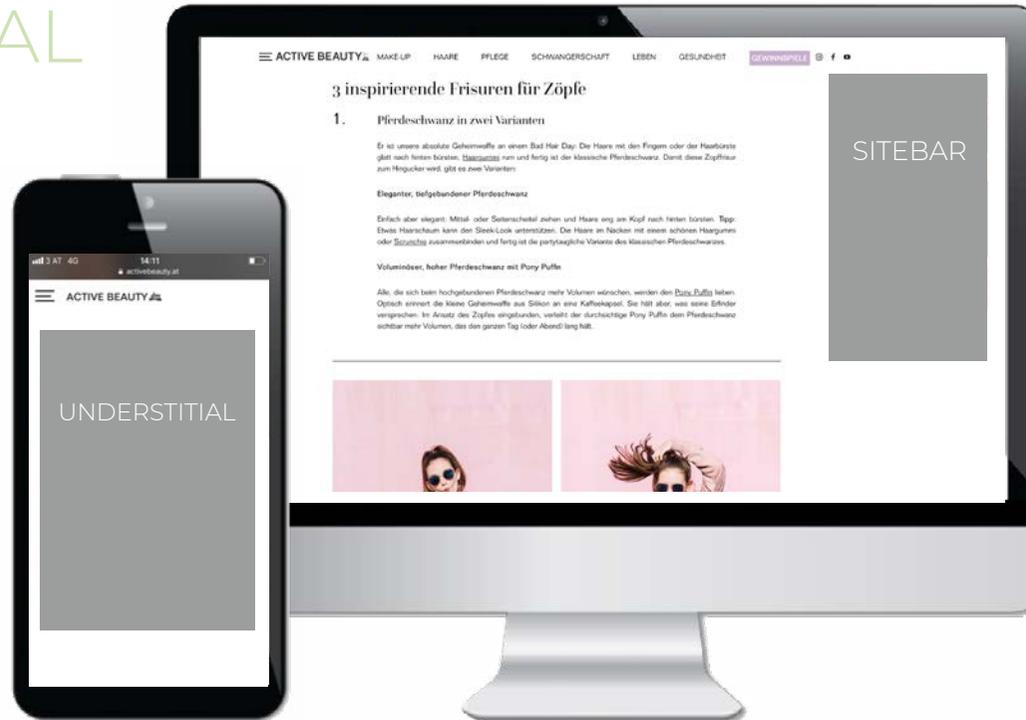
GRÖSSE	DATEIFORMAT	PREIS
300 x 600 px	gif, jpg	€ 2.800,-

ACTIVE BEAUTY SITEBAR/ UNDERSTITIAL

Bei der Sitebar/dem Understitial handelt es sich um eine Werbeform, die exklusiv* bei den Beiträgen gebucht werden kann.

Desktop: Die Sitebar bewegt sich im Zuge des Scrollens rechts neben dem Beitrag mit.

Mobil: Durch Scrollen am Ende eines Beitrages über dem Abschnitt „Ähnliche Beiträge“ sichtbar.



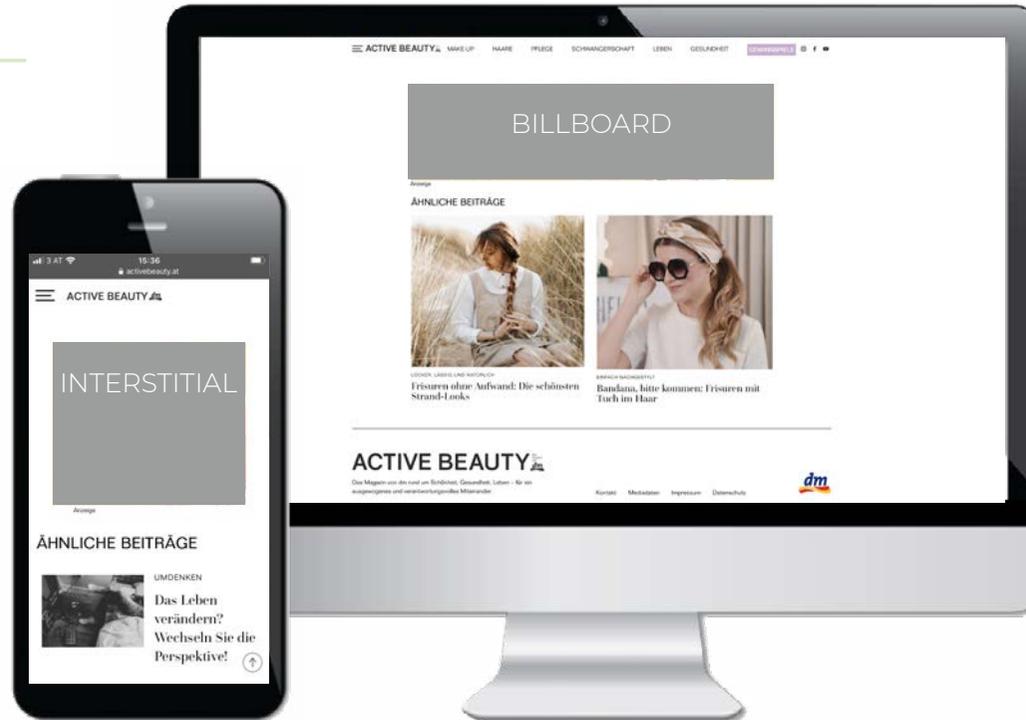
Ausspielung: Desktop/Mobil

GRÖSSEN	DATEIFORMAT	PREIS
Desktop: 300 x 600 px	gif, jpg	€ 2.800,-
Mobil: 320 x 480px	gif, jpg	€ 2.800,-

ACTIVE BEAUTY BILLBOARD/ INTERSTITIAL

Der Billboard/Interstitial besteht durch seine Größe und ist optimal im direkten Sichtfeld der Userin/des Users in Beiträgen platziert.

Desktop/Mobil: Fixe Platzierung (ohne Aufpoppen) am Ende der Beiträge über dem Abschnitt „Ähnliche Beiträge“.



Ausspielung: Desktop/Mobil

GRÖSSEN	DATEIFORMAT	PREIS
Desktop: 970 x 250 px	gif, jpg	€ 2.800,-
Mobil: 300 x 250 px	gif, jpg	€ 2.800,-

ACTIVE
BEAUTY
MEDIUM
RECTANGLE

Der Medium Rectangle ist inmitten eines Beitrages platziert und poppt im Zuge des Scrollens auf.

Durch die Nähe zu den Geschichten wird das Vertrauen in die Werbebotschaft gestärkt und eine hohe Werbewirkung erzielt.



Ausspielung: Mobil

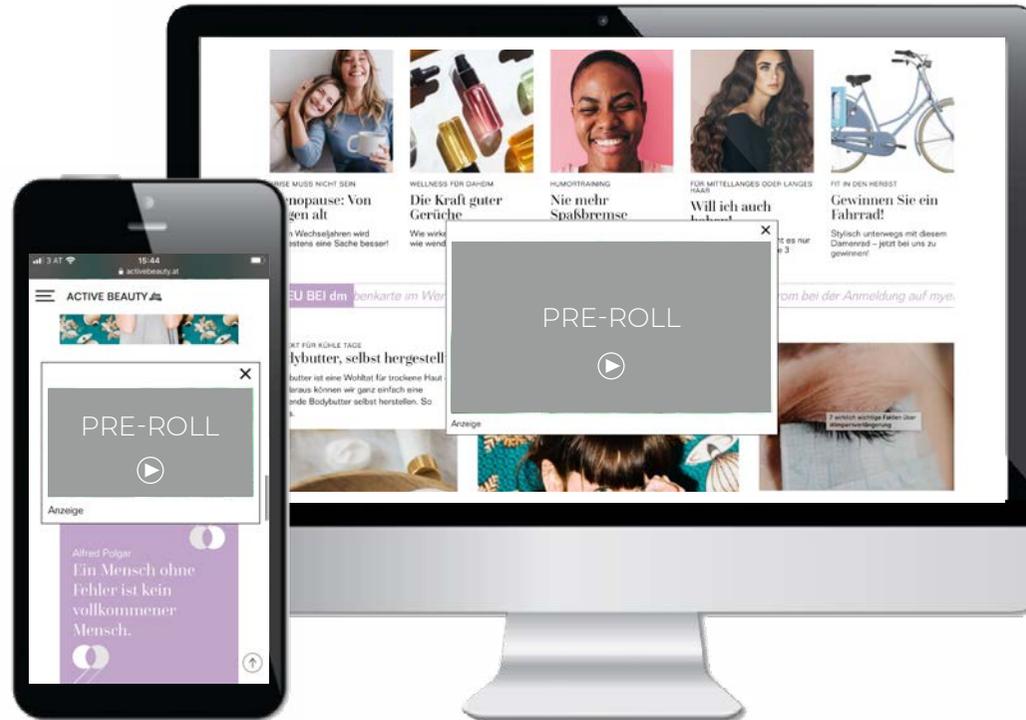
GRÖSSE	DATEIFORMAT	PREIS
300 x 250 px	gif, jpg	€ 2.800,-

ACTIVE BEAUTY PRE- ROLL

Pre-Rolls eignen sich ideal für die Vorstellung bestehender oder neuer Produkte.

Durch die emotionale Ansprache der Kurzvideos werden in kurzer Zeit Informationen übersichtlich und verständlich übermittelt.

Desktop/Mobil: Video poppt beim Scrollen auf der Startseite auf und scrollt mit.



Ausspielung: Desktop/Mobil

GRÖSSE	DATEIFORMAT	PREIS
600 x 338 px	mp4, ogg, webm	€ 4.300,-

ACTIVE BEAUTY INDIVIDUELLE VIDEOS

Produktion von Step-by-Step Videos mit bei dm gelisteten Produkten. Die Integration des Videos bei passenden Beiträgen inklusive Verlinkung in den dm Online Shop trägt zu einem hohen Kundennutzen und zur Stützung des Mehrwertes bei.

Desktop/Mobil: Fixe Platzierung des auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittenen Videos inmitten eines Beitrages.



Ausspielung: Desktop/Mobil

GRÖSSE	DATEIFORMAT	PREIS
auf Anfrage	mp4, ogg, webm	ab € 6.730,-*

* inkl. Produktion, Schnitt, Musik, unbegrenzte Nutzungsrechte für alle Social Media Plattformen & Webseiten; exkl. Models, Styling und Makeup

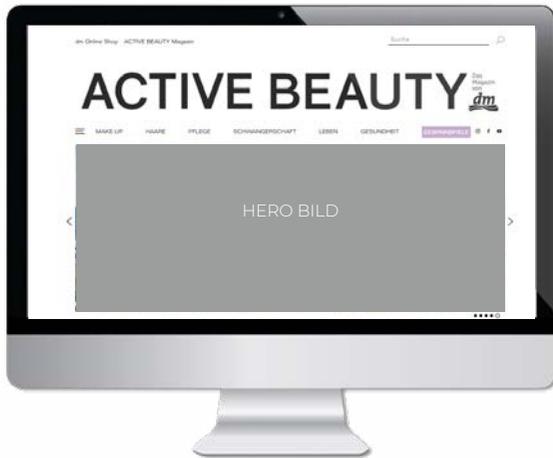
ACTIVE BEAUTY CONTENT AD PACKAGE 1/2

Textierung und Gestaltung eines Online Advertorials mit Auspielung auf einer eigenen Subseite inkl. Bewerbung des Beitrages auf der Startseite von activebeauty.at. Dabei handelt es sich um einen authentisch und redaktionell aufbereiteten Content mit hohem Kundennutzen sowie starker Einbindung der beworbenen Produkte.

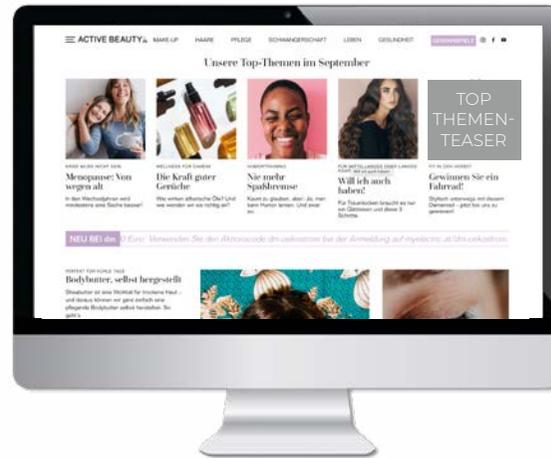
Das Package beinhaltet zusätzlich zum Online Advertorial:

- (1) Hero-Bild im prominenten Slider als Teaser ganz oben auf der Startseite inkl. Verlinkung zum Online Advertorial.
- (2) Positionierung des Beitrages im Bereich "Top-Themen" auf der Startseite inkl. Verlinkung zum Online Advertorial.
- (3) Textliche sowie visuelle Darstellung der Produkte inkl. Verlinkung in den dm Online Shop.

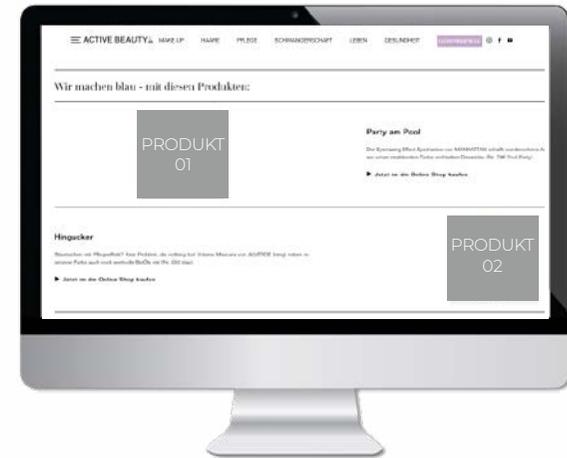
Ausspielung: Desktop/Mobil



(1)



(2)



(3)

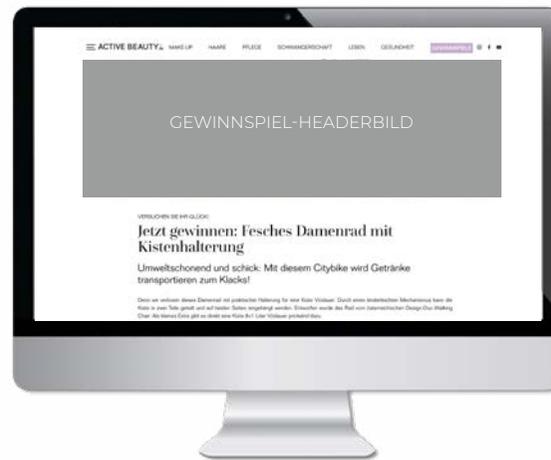
- (4) Integration eines Gewinnspieles inkl. Teaser mit passenden bei dm gelisteten Produkten in der Rubrik „Gewinnspiele“.
- (5) Eigene Gewinnspiel-Subseite mit prominenten Bild im Header.
- (6) Textliche Erwähnung des Gewinnspieles im Online Advertorial inkl. Link zur Gewinnspiel-Teilnahme.

Optional können zusätzlich diverse Banner und maßgeschneiderte Videos wie Tutorias in Anlehnung an die Kundenbedürfnisse gebucht werden.

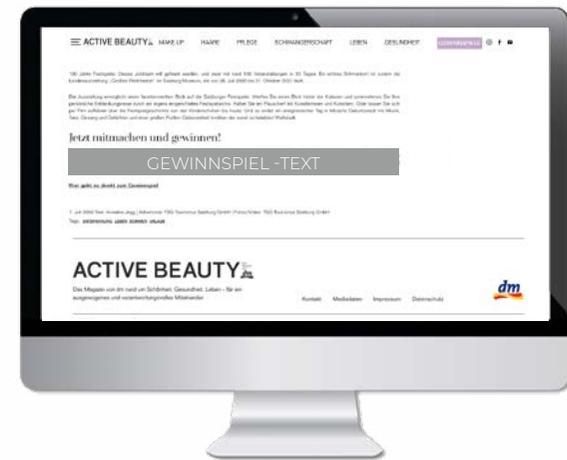
Ausspielung: Desktop/Mobil



(4)



(5)



(6)

MEDIENINHABER & HERAUSGEBER

dm drogerie markt GmbH
 Dipl.-Betriebswirt Harald Bauer
 Mag. Heidemarie Stamm
 Günter-Bauer-Straße 1, 5071 Wals
 Tel. +43 (0)662 / 8583-0

REDAKTION dm drogerie markt

Nina Hinterkörner
 nina.hinterkoerner@dm.at

Isabella Leeb
 isabella.leeb@dm.at

REDAKTION PRINT

Chefredaktion:
Anneliese Ringhofer, Peter Mosser

Styria Content Creation GmbH & Co KG
 Hainburger Straße 33, 1030 Wien
 active@activebeauty.at
 Tel. +43 (0) 1 60117-0

REDAKTION ONLINE

Chefredaktion: Mareike Steger

CUSTOMIZE mediahouse GmbH
 Moosstraße 37/4, 5020 Salzburg
 redaktion@activebeauty.at
 Tel. +43 (0)662 / 274 007

DRUCKEREI

Firmengruppe APPL, appl druck
 Senefelderstraße 3-11
 86650 Wemding, Deutschland
 Tel. +49 (9092) 999-0

PROJEKTLEITUNG, MARKETING & VERKAUF, ANZEIGENPRODUKTION

CUSTOMIZE mediahouse GmbH Favoritenstrasse 4-6/12, 1040 Wien
 Tel. +43 1 (0) 411 95 30

Ruth Kappacher ruth.kappacher@customize.at

Laura Schwab laura.schwab@customize.at

Anzeigenproduktion anzeigen@customize.at

Anzeigenverkauf & Medienkooperationen verkauf@customize.at

KONTAKT ANZEIGENVERKAUF dm drogerie markt

Mag. (FH) Christian Freischlager christian.freischlager@dm.at

Mag. Christine Hahn christine.hahn@dm.at

Hedwig Hieke-Lagler hedwig.hieke-lagler@dm.at

Mag. Andrea Hiotu andrea.hiotu@dm.at

Monika Köck monika.koeck@dm.at

Brigitte Mayr brigitte.mayr@dm.at

Marion Mohrmann marion.mohrmann@dm.at

Bernhard Moser bernhard.moser@dm.at

Dipl. Wirtschaftsing. (FH) Daniel Ramsbacher-Ranner, MSc daniel.ramsbacher-ranner@dm.at

Angela Schallhart angela.schallhart@dm.at

László Varsányi laszlo.varsanyi@dm.at

AUFTRAGSERTEILUNG

1. Maßgeblich für den Auftrag sind diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die jeweils gültige Anzeigenpreisliste und die schriftliche Jahresvereinbarung mit dm drogerie markt. Entgegenstehende, ergänzende oder von den AGBs abweichende Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden nicht anerkannt und ihrer Geltung wird widersprochen.
2. Anzeigenaufträge müssen schriftlich erteilt werden und durch dm drogerie markt schriftlich angenommen werden.
3. dm drogerie markt GmbH, vertreten durch die CUSTOMIZE mediahouse GmbH, behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Anzeigen innerhalb eines Rahmenauftrags – nach freiem Ermessen abzulehnen. Die Ablehnung wird dem Auftraggeber mitgeteilt.
4. Die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen kann nicht gewährleistet werden. Überhaupt bleibt es dm drogerie markt vorbehalten, von der Durchführung auch bereits angenommener Aufträge aus technischen oder anderen Gründen ohne jeden Ersatzanspruch des Auftraggebers zurückzutreten. Die kostenlose Stornierung eines Auftrages durch den Auftraggeber kann nur bis zum Anzeigenschluss erfolgen. Bei Stornierung nach dem Druckunterlagenschluss (lt. Mediadaten) vor Druckbeginn wird eine Stornogebühr von 40% des Inseratenwertes in Rechnung gestellt. Danach ist der volle Betrag zu entrichten.
5. Angenommene Anzeigenaufträge in der ACTIVE BEAUTY (family) enden spätestens mit der letzten Ausgabe des Kalenderjahres.
6. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb desselben Kalenderjahres erschienenen Anzeigen gewährt.
7. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags.

AUFTRAGSABWICKLUNG

8. Dem Ausschluss von Mitbewerbern in der ACTIVE BEAUTY kann grundsätzlich nicht entsprochen werden.
9. Textanzeigen und solche, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht sofort als Werbung erkennbar sind, werden durch das Wort „Anzeige“ oder „Advertorial“ kenntlich gemacht.

10. Es wird die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige gewährleistet. Geringe Tonabweichungen sind im Toleranzbereich des Druckverfahrens begründet. Ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen werden dem Auftraggeber zurückgesandt. Der Auftraggeber hat bei unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige wesentlich beeinträchtigt wurde. Jede weitergehende Haftung (insbesondere für Vermögensschäden, entgangenem Gewinn etc.) ist ausgeschlossen. In jedem Fall ist die Haftung mit dem Vertragswert des Inserats betraglich begrenzt.
11. PDF-Dateien sind per E-Mail zu senden oder auf einer dafür zur Verfügung gestellten Plattform hochzuladen.
12. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbetreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
13. Bei fernmündlich veranlassten Änderungen und Abbestellungen übernimmt dm drogerie markt keine Haftung, anfallende Kosten trägt der Auftraggeber.
14. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch auf Kosten des Auftraggebers geliefert. Sendet der Auftraggeber Probeabzüge nicht bis zum Druckunterlagenschluss oder einem anderen von „dm“ genannten Termin zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
15. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet zwei Monate nach Erscheinen der letzten Anzeige.
16. Beanstandungen sind bei sonstigem Verlust aller Ansprüche innerhalb von 8 Tagen nach dem Erscheinen schriftlich zu melden.
17. Schadenersatz ist außer bei Vorsatz ausgeschlossen, Gewinnentgang wird nicht ersetzt.

BERECHNUNG & ZAHLUNG

18. Falls der Auftraggeber keine Vorauszahlung leistet, ist die Rechnung innerhalb von 14 Tagen ohne Abzug und Spesen zu bezahlen.
19. dm drogerie markt ist jederzeit berechtigt, das Erscheinen weiterer Anzeigen von der Bezahlung offener Rechnungen abhängig zu machen.

20. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen in der Höhe von 14% sowie die Einziehungskosten berechnet.
21. Kosten für die Herstellung von Reinzeichnungen, etwaigen Änderungen oder anderen Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu zahlen.
22. Bei verspäteter Anlieferung der Druckdatei oder nicht korrekten Druckunterlagen (siehe Druckanforderung) werden die dadurch entstehenden Mehrkosten dem Auftraggeber in Rechnung gestellt.
23. Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt hat dm drogerie markt Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80% der zugesicherten Druckauflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind aliquot zu berechnen.
24. Der Auftraggeber garantiert der dm drogerie markt GmbH sowie dessen Mitarbeitern im Besonderen den verantwortlichen Personen, dass die Anzeige gegen keinerlei gesetzliche Bestimmungen verstößt und Rechte Dritter nicht verletzt. Der Auftraggeber verpflichtet sich, die dm drogerie markt GmbH sowie dessen Mitarbeiter hinsichtlich aller Ansprüche, die auf die erschienene Anzeige gegründet werden, schad- und klaglos zu halten sowie für die ihnen selbstständigen Nachteile volle Genugtuung zu leisten. Der Verlag, die Agentur und seine Mitarbeiter sind zu einer entsprechenden Prüfung der Anzeige oder eines Entgegennehmens nicht verpflichtet.
25. Die Aufrechnung mit Gegenforderungen ist ausgeschlossen.

PLATZIERUNG

26. Platzierungswünsche sind nur im Falle der Leistung eines Platzierungszuschlages bindend. U2, U3, U4 ausgenommen. Diese Seiten können nur auf Anfrage fix vergeben werden. Ansonsten ist der Verlag unverbindlich um Erfüllung bemüht.

SONSTIGES

27. Ausschließlicher Gerichtsstand ist Salzburg. Es gilt österreichisches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und seiner Verweisungsnormen.
28. Sollten einzelne Bestimmungen in den AGBs ungültig oder undurchführbar sein oder werden, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen in den AGBs davon unberührt.

Preise gültig bis 31.12.2021.