

ÉTEL • ITAL • KULTÚRA • SZABADIDŐ • ÉLETSTÍLUS

PUNCH

M A G A Z I N



M É D I A A J Á N L Ó



2 0 0 9

A PUNCH magazin *kétgenerációs lap* – összekapcsolja az éppen csak „élni“ kezdő fiatal generációt azzal az érettebb korosztállyal, aki már kialakította saját környezetét, világlátását.

A lap azért született, hogy segítse a fiatalokat eligazodni a körülöttük lévő világban (legyen az a tárgyi világ, a szabadidő hasznos eltöltése, öltözködési stílus, társalkodás, kultúra, étkezés...), mégpedig úgy, hogy értékteremtő embereket mutat be, szólaltat meg, akik átadják tapasztalataikat a ma még helyét kereső fiatal generációnak. Így megtalálva a metszéspontot, ahol fiatal és idősebb kapcsolatot teremt egymással – felfedezik közös dolgaikat, közös érdeklődési körüket.

A lap a gasztronómiát - mint az élet nélkülözhetetlen részét - állítja középpontjába, mellyel hangsúlyozni kívánja, milyen fontos (bár manapság olykor elhanyagolt) részét képezi kultúránknak az étkezés. Témaválasztásában igyekszik a XXI. századi fiatalok igényeit felfedezni a polgári világ értékeiben, megmutatva ezzel, hogy ma sem mások a fiatalok alapvető vágyai, mint száz évvel ezelőtt.

Meggyőződésünk, hogy a jó magazinok olyanok, mint a jó tanárok: az emberek tudását szórakoztatva gyarapítják. Nekünk ez a célunk.

A lap stílusa

Igényes, újszerű, izgalmas, fiatalos, szórakoztató, informatív.



Mitől más a Punch , mint a többi hasonló témájú lap?

A PUNCH abban különbözik a többi gasztronómiai témájú laptól, hogy nem elsősorban ételleírásokat közöl, hanem az étkezést főként a kultúrája felől közelíti meg, hiányt pótolva ezzel. A gasztronómia fő vonulatként végig jelen van, és ehhez kapcsolja az élet egyéb területeit (pl.: hogyan öltözzünk egy nyári esti vacsorához; hogyan töltsük el aktívan szabadidőnket egy gasztronómiájáról híres vidéken). A szabadidő eltöltésétől az öltözködési stíluson át, egészen a magasszintű kulturális értékekig igyekeznek a XXI. századi ember igényeit kielégíteni.



Célközönség

22-45 éves, átlagnál magasabb jövedelmű, közép- és felsőfokú végzettségű, igényes életvitelre törekvő férfiak és nők, akik:

- főként szellemi foglalkozásúak, vállalkozók, vezető beosztásban dolgoznak,
- átlagnál magasabb kulturális igényeik vannak (többet járnak moziba, színházba, koncertre, sportrendezvényre és több időt töltenek barátaikkal),
- átlag feletti egzisztenciális tőkével rendelkeznek (magas körökben a tartós fogyasztási cikkekkel való ellátottság),
- átlagnál nagyobb arányban tanulnak nyelveket, többet utaznak mind belföldön, mind külföldön,
- átlagnál nagyobb arányban fogyasztanak minőségi élelmiszereket, italokat.

Fogyasztói magatartásukra a minőségre való törekvés jellemző.



Miért érdemes a lapban hirdetni?

- Tartalma hiányt pótol a többi hasonló témájú laphoz képest, így többféle érdeklődési körű olvasót mozgat meg.
- Stílusában, megjelenésében egyaránt igényes.
- Vásárlóerő szempontjából a legfontosabb réteget éri el.
- Minőségi célcsoport elérését biztosítja.

Számok és adatok

A **Városi Könyvkiadó** elkészítette szolgáltatására, termékére vonatkozó részletes piackutatását. A telefonos kérdőíves felmérés a véleménykutatások egyik leghatékonyabb adatfelvételi módszere, amely a lakossági vélemények feltárására alkalmas.

A **Punch Magazin** által elért közönség jellemzőinek lehető legszélesebb körű megismerése rendkívül fontos a médiumot hirdetési felületként használók számára. A fogyasztótábor demográfiája, média- és egyéb fogyasztási magatartása elengedhetetlen információ a tartalmi szempontok kialakításához, és a hirdetőik, illetve a reklámügynökségek hatékony médiatervezéséhez egyaránt.

A továbbiakban a FileSystem alternatív piackutató által végzett felmérés eredményeiből ragadunk ki néhány fontos adatot. A kutatás részletesen is megtekinthető, vagy igény esetén prezentáljuk azt.

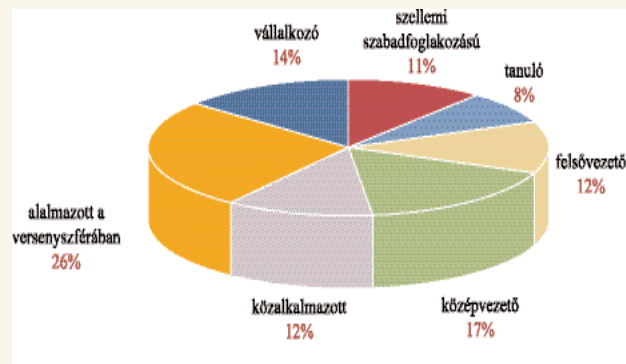
Reprezentatív minta

*(Forrás: Punch Magazin piackutatás,
FileSystem adatok 2007)*

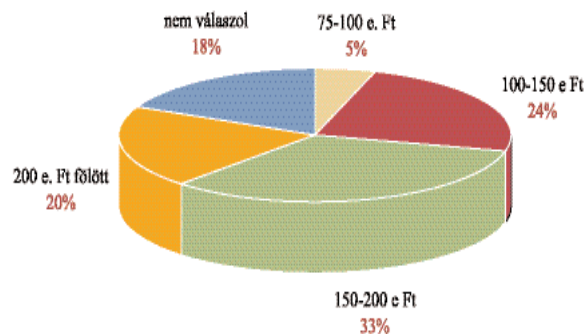
*A Punch Magazin által elért célcsoportban
felülreprezentáltak az alábbi csoportok:*

25-39 évesek, 1-2 fős háztartásban élők, egyedülállóak, felsőfokú végzettségűek, magasabb jövedelemmel rendelkezők, vezető vagy szellemi foglalkozásúak.

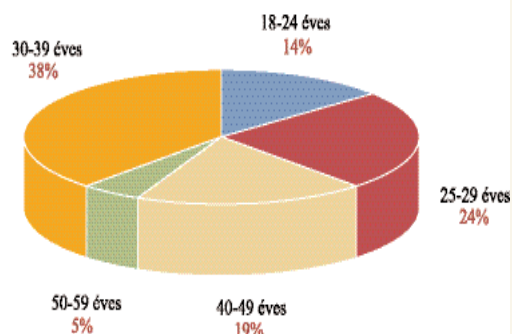
Foglalkozás



Jövedelem



Életkor



Igénybe vehető felületek:

(A kiadvány vágott mérete: 210x275 mm, tükörméret: 175x225 mm)

1/4 álló	(90x130 mm)	290.000,-Ft+áfa
1/4 fekvő	(130x90 mm)	290.000,-Ft+áfa
1/3 álló	(90x275 mm)	330.000,-Ft+áfa
1/3 fekvő	(175x130 mm)	330.000,-Ft+áfa
1/2 álló	(105x275 mm)	410.000,-Ft+áfa
1/2 fekvő	(210x135 mm)	410.000,-Ft+áfa
1/1 kifutó	(210x275 mm)	620.000,-Ft+áfa
2/1 kifutó	(420x275 mm)	980.000,-Ft+áfa

Speciális pozíciók:

B/2, B/3 borító	(210x275 mm)	740.000,-Ft+áfa
B/4 borító	(210x275 mm)	880.000,-Ft+áfa
Rovat szponzorálás		490.000,-Ft+áfa
Behúzás		620.000,-Ft+áfa
Termékminta		620.000,-Ft+áfa

Kedvezmények:

- 2 alkalom 5%
- 4 alkalom 10%
- 6 alkalom 15%

Felárak:

- Elhelyezési felár: 10%
- A kiadónál készülő hirdetések technikai díja:
a hirdetés listaárának 10%-a

Határidők:

- Megrendelés: megjelenés előtti hónap 10-ig.
- Anyagleadás: megjelenés előtti hónap 15-ig.
- Fizetés: a számla kézhezvételétől számított 8 banki napon belül minden további költség nélkül.

Műszaki jellemzők:

- Borító: 250 gr-os műnyomó, fényes fóliázva
- Belívek: 115 gr-os matt műnyomó
- Nyomdatechnika: rotációs ofszet, 80-as raszter, 4+4 szín
- A hirdetéseknel körben 5 mm rátöltés szükséges!

Anyagleadás:

- digitálisan: e-mail-en, FTP szerveren, vagy CD-n TIF, EPS, JPG formátumban minimum 300 dpi felbontással
- filmen: 80-as rácssűrűséggel, színrebonva, levilágítva, proof-fal

Terjesztési adatok:

- megjelenés: 2 havonta
- terjedelem: 84 - 116 oldal
- példányszám: 18000 db (auditált)
- ár: 590 Ft

Terjesztés: a hírlapterjesztői hálózatokon keresztül az ország egész területén

ÉTEL • ITAL • KULTÚRA • SZABADIDŐ • ÉLETSTÍLUS

PUNCH

M A G A Z I N

1055 BUDAPEST,
STOLLÁR BÉLA U. 22. II. EM. 28.
TEL/FAX: 06-1-340-3525