#Beilagenmarketing #Magazine #B2C

Special Interest Magazine: Musik

Von Rock bis Jazz – kulturaffine und kaufkräftige Zielgruppen

Ob Rock, Jazz oder Heavy Metal: Musik begeistert Menschen über Generationen hinweg und prägt häufig weit mehr als nur ihren Musikgeschmack. Sie beeinflusst ihren Lifestyle, ihre Freizeitgestaltung und ihre Konsumpräferenzen. Entsprechend vielfältig ist der deutsche Markt der Musikzeitschriften, der von reichweitenstärkeren Pop- und Rockmagazinen bis zu hoch spezialisierten Titeln für Jazz- und Klassikliebhaber reicht.

Für Werbetreibende sind diese Magazine besonders interessant, weil sie klar definierte Interessengemeinschaften ansprechen. Die Leser beschäftigen sich intensiv mit ihrer Leidenschaft und sind häufig auch für angrenzende Themen wie Reisen, Kultur, Genuss, Technik und hochwertige Lifestyleprodukte aufgeschlossen.

Musikliebhaber sind keine homogene Zielgruppe. Je nach Musikrichtung unterscheiden sich Altersstruktur, Lebensstil und Konsumverhalten deutlich. Dennoch lassen sich einige interessante Zielgruppenmerkmale herausstellen:

+ hohe emotionale Bindung
  Musik ist für viele Leser ein wichtiger Bestandteil ihrer Identität und ihres Lebensstils.
+ ausgeprägtes Kulturinteresse
  Konzerte, Festivals, Theater, Reisen und kulturelle Veranstaltungen gehören häufig zum Interessenspektrum.
+ Qualitätsbewusstsein
  Besonders in den Segmenten Jazz und Klassik bestehen attraktive Anknüpfungspunkte für hochwertige Produkte und Dienstleistungen.
+ aktives Freizeitverhalten
  Konzertbesuche, Musikreisen und besondere Erlebnisse bieten vielfältige Ansätze für passende Werbebotschaften.
+ hohe Themenaffinität
  Spezialisierte Magazine ermöglichen die Ansprache von Menschen mit konkreten Interessen statt breiter, unspezifischer Zielgruppen.

Wir stellen dir drei Titel vor, die unterschiedliche musikalische Welten repräsentieren und jeweils besondere Zielgruppenpotenziale eröffnen.

Weitere Informationen

Team Beilagenmarketing **beilagenmarketing@dialoghaus.com** **T 040 / 468858-24** **W dialoghaus-beilagenmarketing.de**

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 /46 88 58-0
F 0 40 /46 88 58-25

Büro Düsseldorf
Bahnhofstraße 39
40764 Langenfeld
T 0 21 73 /84 83-0
F 0 21 73 /84 83-2 22

© Dialoghaus GmbH

Rolling Stone

Zielgruppe
+ 96 % Männer; 3 % Frauen; 1 % Divers
+ 92 % sind älter als 50; 67 % älter als 60; 15 % älter als 70
+ überdurchschnittliches HHNE: 44 % mehr als 4.000 €
+ Kulturliebhaber geben mehr als 142 € pro Monat für Konzerte, Theater etc. aus
+ hohe Loyalität: 84 % lesen das Magazin seit mehr als 10 Jahren
+ Sammelleidenschaft: 60 % sammeln und archivieren das Magazin

Verteilung
+ personalisierter Direktversand an Abonnenten
+ ausgewählte Kioske

Auflagen | Deutschland
+ Druckauflage: 45.000-55.000
+ Aboauflage auf Anfrage

Erscheinungsweise
+ monatlich

Werbemöglichkeiten | Print
+ Anzeigen
+ Beilagen, Beihefter, Beikleber
+ Advertorials + Native Formate
+ Crossmedia Konzepte

Preise
+ auf Anfrage

jazz thing & blue rhythm

Zielgruppe
+ überwiegend Männer
+ Altersschwerpunkt 50plus
+ mittleres bis gehobenes Einkommen
+ zu großem Teil selbst musikalisch aktiv
+ höheres Bildungsniveau
+ Interesse an Kunst und Kultur
+ genuss- und qualitätsorientiert

Verteilung
+ Bahnhofsbuchhandel, Tonträger- und HiFi-Fachhandel
+ Abonnements

Auflagen | DACH, NL
+ Druckauflage: 26.000
+ Abo-Auflage: 6.200

Erscheinungsweise
+ 5 x jährlich

Weitere Informationen

Team Beilagenmarketing
beilagenmarketing@dialoghaus.com
T 040 / 468858-24
W dialoghaus-beilagenmarketing.de

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 /46 88 58-0
F 0 40 /46 88 58-25

Büro Düsseldorf
Bahnhofstraße 39
40764 Langenfeld
T 0 21 73 /84 83-0
F 0 21 73 /84 83-2 22

© Dialoghaus GmbH

Werbemöglichkeiten | Print
+ Anzeigen
+ Beilagen
+ Beihefter

Preise
+ auf Anfrage

METAL HAMMER

Zielgruppe
+ 85 % Männer, 15 % Frauen
+ 52 % sind älter als 50;
+ mittleres bis gehobenes Einkommen
+ 53 % sammeln und archivieren die Magazine

Verteilung
+ Kiosk, Einzelhandel
+ Abonnements

Auflage
+ Druckauflage: 45.000 bis 55.000
+ Abo-Auflage: auf Anfrage

Erscheinungsweise
+ 12 x jährlich

Werbemöglichkeiten | Print
+ Anzeigen
+ Beilagen, Beihefter, Beikleber
+ Advertorials, Wickelfalzumschlag
+ Sonderformate: Szene Special, Gear of the Dark, Zocker Rocker
+ Sponsoring Heftstrecke

Preise
+ auf Anfrage

Musikmagazine eröffnen Werbetreibenden einen besonderen Zugang zu Menschen mit ausgeprägten Interessen, klaren Vorlieben und einer hohen emotionalen Bindung an ihre Leidenschaft. Ob lifestyleorientierte Rock- und Popfans, anspruchsvolle Jazzliebhaber oder kulturaffine Klassikfreunde, die unterschiedlichen Titel bieten attraktive Umfelder für eine zielgerichtete Markenkommunikation.

Du möchtest wissen, welche Musikmagazine zu deiner Zielgruppe passen und welche Anzeigen- oder Beilagemöglichkeiten sich anbieten? Wir unterstützen dich bei der Auswahl der passenden Titel und entwickeln gemeinsam mit dir eine wirkungsvolle Printkampagne.

Weitere Informationen

Team Beilagenmarketing | beilagenmarketing@dialoghaus.com | T 040 / 468858-24 | W dialoghaus-beilagenmarketing.de

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 /46 88 58-0
F 0 40 /46 88 58-25

Büro Düsseldorf
Bahnhofstraße 39
40764 Langenfeld
T 0 21 73 /84 83-0
F 0 21 73 /84 83-2 22

© Dialoghaus GmbH