

SIGHTGEIST

THE SAXONY MAGAZINE

NR. 3

Englischsprachiges Reise- und
Lifestylemagazin für Sachsen

MEDIADATEN

Herausgeber:
Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH
Labhard Medien GmbH



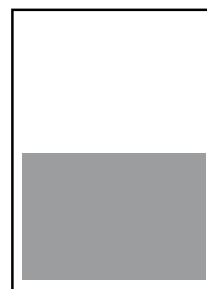
Anzeigenformate und -preise

Werbepattform

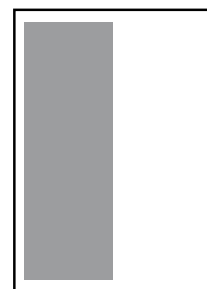
- SIGHTGEIST Nr. 3 erscheint zum German Travel Mart. Dieser findet 2010 vom 18. bis 20. April in Mainz statt. SIGHTGEIST Nr. 3 ist dann wieder für ein Jahr werbewirksam gültig.
- SIGHTGEIST ist die ideale und zielgruppengenaue Werbepattform für die sächsische Hotellerie, für touristische Anbieter in den Bereichen Kunst und Kultur, Aktiv und Vital sowie für hochwertige Markenanbieter aus Sachsen.
- Mit SIGHTGEIST wird auch der englischsprachige Gast erreicht, der bereits in Sachsen ist. SIGHTGEIST ist deshalb ebenso eine Werbepattform für die Spitzengastronomie in Sachsen, für Ausflugsziele sowie für alle Anbieter im Bereich Luxusgüter.
- Exklusive Übergabe an die ca. 500 Teilnehmer der SATW Conference 2010 (Society of American Travel Writers), die vom 8. bis 13. Oktober 2010 in Dresden und Leipzig stattfindet.



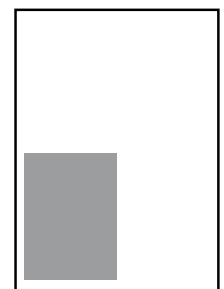
1/1 Seite, 4 C
210 mm x 297 mm
+ 3 mm Beschnitt
2300,- €



1/2 Seite, 4 C
180 mm x 128 mm
1495,- €



1/2 Seite, 4 C
88 mm x 260 mm
1495,- €



1/4 Seite, 4 C
88 mm x 128 mm
970,- €

Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

4. Umschlagseite: 4000,- €
2. und 3. Umschlagseite: 3000,- €

Anzeigenschluss: 26. Februar 2010
Erscheinungstermin: 9. April 2010
Auflage: 20.000 Exemplare
Druckunterlagen: digitale Produktion
Satz-, Gestaltungs- und Übersetzungskosten werden nach Aufwand berechnet

Ansprechpartner
Labhard Medien GmbH
Iris Kupferschmied
Tel. 0351 / 79 58 83 11
Fax 0351 / 79 58 83 15
sachsen@labhard.de



Herausgeber

Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH

Geschäftsführer: Hans-Jürgen Goller

Bautzner Straße 45-47

01099 Dresden

Tel. 0351/49 17 00

Labhard Medien GmbH

Geschäftsführer: Thomas Willauer

Saalhausener Straße 51 b

01159 Dresden

Tel. 0351/7 95 88 30

www.labhard.de

Konzept

- SIGHTGEIST ist das englischsprachige Premiummagazin für Tourismus und Lifestyle in Sachsen.
- SIGHTGEIST ist für die englischsprachigen Quellmärkte weltweit und die englischsprachigen Gäste in Sachsen.
- SIGHTGEIST unterstützt die internationale Vermarktungsstrategie der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen.
- SIGHTGEIST realisiert den Anspruch: SAXONY - State of the Arts.
- SIGHTGEIST schafft Nutzwert über Daten/Fakten/Adressen/Tipps.
- SIGHTGEIST kommt bei der Zielgruppe an.

Vertrieb

- SIGHTGEIST erreicht das englischsprachige Gästepotential direkt über die Vertriebsaktivitäten der TMGS und DZT im Ausland. 75% der Auflage von 20.000 Exemplaren werden in den besonders für Sachsen attraktiven englischsprachigen Quellmärkten vertrieben.

Folgende Vertriebsaktivitäten wurden durch die TMGS für die Ausgabe Nr. 2 bisher und werden bis zum Erscheinen von Nr. 3 noch realisiert:

USA:

über die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) New York

6.080 Exemplare gesamt, davon

- 1.900 Ex. Mailing an Pressekontakte
- 180 Ex. personalisiertes Mailing an Reiseveranstalter
- 4.000 Ex. personalisiertes Mailing an Reiseagenten

über die Tourism Marketing Company of Saxony (TMCS),

Celebration Portland, Shireesh K. Sharma

1.800 Exemplare Versand an Travel Planner aus dem Non-Profit Bereich, an Reisebürokontakte, an durch Anfragen erfasste Einzelkunden / potentielle Endkunden

Großbritannien:

Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) London

3.000 Exemplare gesamt, davon

- 1.500 Ex. Mailing an Reiseindustrie und Presse
- 1.500 Ex. Beileger in Standardpaketen beim Broschürenversand

Niederlande:

500 Exemplare Versand an Presse und Reiseveranstalter
Weitere Verteilung über Messen, Events und Pressekontakte, z. B. in Indien, Russland und auf der ITB Asia.

Deutschland:

German Travel Mart Rostock 2009 (GTM)

750 Exemplare Auslage mit persönlichem Anschreiben in den Hotelzimmern der Teilnehmer

Sächsische Staatskanzlei

700 Exemplare Präsent für ausländische Gäste des Freistaates

Leipziger Messe

500 Exemplare Beileger in Pressemappen bei Veranstaltungen des Congress Centers und Messen (für ausländische Teilnehmer)

Weitere Verteilung durch die TMGS auf Messen und Events, z. B. in Indien, Russland und auf der ITB Asia, Versand auf Einzelanfragen an Partner, Endkunden, Pressekontakte und der Restmenge im Sächsischen Haus in Vancouver bei den Olympischen Winterspielen 2010.

Folgende Vertriebsaktivitäten wurden von Labhard Medien realisiert:

2.000 Kaufexemplare

Presse- und Bookshops auf deutschen Bahnhöfen und Flughäfen, platziert bei der englischsprachigen Reiseliteratur

1.000 Exemplare

Sondervertrieb / Verteiler über Multiplikatoren wie z. B. Wirtschaftsförderung Sachsen, international agierende Unternehmen, Hotels mit Businesskunden und an die Vertretungen des Freistaates Sachsen in Berlin und Brüssel