

Newsletter-Anzeige Bis zu 11mal wöchentlich

Spezifikationen

- Wochenpreis 500 bis 600 Euro.
- Schalten Sie Ihre Werbung als nicht animiertes Banner in der Breite von 600 Pixeln, Höhe 250 Pixel, oder als Text-Bild-Werbung.
- Prominent über dem Newsletterinhalt
- oder als Stopper zwischen zwei Teasern.
- Der Morgen-Newsletter erscheint sechsmal wöchentlich, der Mittags-Newsletter fünfmal wöchentlich.
- 23.000 Auflage, sehr hohe Öffnungsquote von etwa 50 Prozent.

Bücherbrief

- Der Bestseller unter unseren Newslettern: Über 32.000 Abonnenten.
- Überragende Öffnungsquote von mehr als 90 Prozent.
- Erscheint einmal im Monat.
- Drei Werbeplätze zu je 450 Euro.

Infoblatt zur Newsletter-Anzeige mit Spezifikationen und Zeichenvorgaben unter diesem Link: perlentaucher.de/mediadaten



Social Media-Paket Neue Follower garantiert

Spezifikationen

- Wir bieten den Verlagen drei Schaufensterfunktionen, mit denen sie ihre Social Media-Aktivitäten auf den Seiten des Perlentauchers darstellen können:
- Die optionalen Twitter und Facebook-Buttons in der Einzelbuchwerbung verlinken direkt auf das Twitter- und Facebook-Konto der Verlage.
 - Das Schaufenster mit dem Twitterfeed der Verlage. Auf vielen Seiten des Perlentauchers, auch auf der Homepage.
 - Das Facebook-Fenster eines Verlags auf allen Buchseiten dieses Verlags beim Perlentaucher.

Die Social-Media-Werbung kann nur abonniert werden (ab 6 Monate).

Rabattstaffel

- Kleine Verlage (bis 100 Bücher bei perlentaucher.de) 100 Euro im Monat
- Mittlere Verlage (bis 500 Bücher bei perlentaucher.de) 300 Euro im Monat
- Große Verlage (ab 500 Büchern bei perlentaucher.de) 500 Euro im Monat

Infoblatt zum Social Media-Paket mit Spezifikationen und Zeichenvorgaben unter diesem Link: perlentaucher.de/mediadaten



Buchlinks Dauerhafter Traffic

Spezifikationen

Verknüpfen Sie Ihre Verlagsseiten mit der Perlentaucher-Datenbank. Jedes Mal, wenn ein Buch Ihres Verlags in die Perlentaucher-Datenbank aufgenommen wird (also wenn es in einer der von uns ausgewerteten Zeitungen besprochen wird), setzen wir einen Link von der Buchseite des Perlentauchers zur Seite des Buchs in Ihrem Verlag. Das lohnt sich besonders, wenn Sie zu diesem Buch eine Leseprobe bieten, denn dann wird das Buch im Perlentaucher in einem besonderen Schaufenster dargestellt. Die dauerhafte Verknüpfung bringt Verlagen Traffic und macht es für Google einfacher, zusammenhängende Informationen zu verbinden.

Preise

Ein „Buchlink“ kostet pro Buch einmalig und „für ewig“ 50 Euro, wenn Sie diesen Service abonnieren. Wir rechnen quartalsweise ab.

Infoblatt zum Billboard mit Spezifikationen und Zeichenvorgaben unter diesem Link: perlentaucher.de/mediadaten



Advertorials und Sonderwerbformen

Spezifikationen

Gerne sprechen wir mit Werbetreibenden auch über Sonderwerbformen wie Advertorials. Im Perlentaucher werden dann als Anzeige gekennzeichnete Seiten in einem vom Werbetreibenden gewünschten html-Design integriert. Solche Werbformen sind besonders geeignet, wenn ein Werbetreibender bestimmte Inhalte ausführlicher im Perlentaucher darstellen will.

Randomhouse, Randomhouse UK, Manufactum und dtv haben bereits Advertorials im Perlentaucher gebucht.



perlentaucher.de

Das Kulturmagazin im Netz

Award winning

Im März 2000 gegründet, ist der Perlentaucher nach wie vor das größte unabhängige Kulturmagazin im deutschsprachigen Netz. 2003 wurde er mit dem Grimme-Online Preis ausgezeichnet.

Perlentaucher aktuell und responsiv

Der Perlentaucher ist topaktuell. Etwa 500.000 Nutzer rufen mehr als eine Million Seiten jeden Monat ab. Die beiden täglichen Newsletter haben je 23.000 Bezieher, der monatliche Bücherbrief liegt über 33.000. Die Nutzerzahlen steigen in den letzten Jahren kontinuierlich. Die Zahlen machen wir mit Google Analytics transparent. Der Perlentaucher funktioniert in allen Formaten! Perfektes responsives Layout für Smartphone und Tablet. Auf dem Perlentaucher geschaltete, selbst akquirierte Werbung wird von Adblockern meist nicht unterdrückt und von unseren Lesern ausdrücklich geschätzt.

Leserschaft

Perlentaucher-Leser sind urban, kosmopolitisch, überdurchschnittlich gebildet, in der Mehrzahl weiblich, gut verdienend, kultur- und literaturbegeistert und internetaffin. Sie kaufen häufig online. Mehr zu unserem Publikum finden Sie unter perlentaucher.de/mediadaten

Eichendorff21

Im Oktober 2019 hat der Perlentaucher einen eigenen Online-Buchladen gegründet. Eichendorff21 – der Perlentaucher unter den Buchläden.

Ansprechpartner

Thierry Chervel und Arnim Eisenhut
werbung@perlentaucher.de

030.257 66 430

Preisliste gültig ab 1. Januar 2023!

Alle Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer

Einzeltitlewerbung

Nur für Bücher!

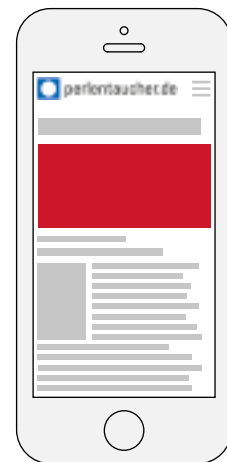
Spezifikationen

- 380 Euro für zwei Wochen. Mindestens 20.000 Einblendungen, meistens mehr.
- Kein Grafikaufwand. Das Buchcover ist die Grafik.
- Schnell. Nominiert für den Buchpreis? Ihr Titel kann am selben Tag beworben werden.
- Starke Klickrate. Die Nähe zu den redaktionellen Inhalten garantiert maximale Aufmerksamkeit.
- Auf dem Perlentaucher geschaltete Buch-Werbung erscheint automatisch auch unter der Rubrik „Verlagstipps“ in unserem neuen Online-Buchladen „eichendorff21.de“!

Rabattstaffel

- Einzelpreis 380 Euro
- Kontingentpreis ab 6 Büchern pro Jahr 360 Euro pro Werbung
- ab 12 Büchern: 340 Euro pro Werbung
- ab 24 Büchern 300 Euro pro Werbung
- Twitter und Facebook-Links zusätzlich 20 Euro
- Newsletter-Button zusätzlich 50 Euro

Infoblatt zur Einzeltitlewerbung mit Spezifikationen und Zeichenvorgaben unter diesem Link: perlentaucher.de/mediadaten



Billboard

Das größte Format

Spezifikationen

- Das größte Werbemittel im Perlentaucher.
- Integriert in den Perlentaucher-Kopf.
- Günstiger TKP 18 Euro. 3.600 Euro für 200.000 Adimpressions.
- Riesenformat: 986 x 250 Pixel und 900 x 750 Pixel für mobil.

Sonderkonditionen

Fragen Sie nach Sonderkonditionen für Buchverlage und Kulturveranstalter.

Carl Hanser, C.H. Beck, Deutschlandfunk, dtv, S. Fischer, Klett-Cotta, Randomhouse, Randomhouse UK, Rowohlt haben bereits geschaltet!

Infoblatt zum Billboard mit Spezifikationen und Zeichenvorgaben unter diesem Link: perlentaucher.de/mediadaten



Netzplakat

Ideal für Kulturveranstalter

Spezifikationen

- Ein Angebot, das sich besonders an Kulturveranstalter richtet.
- Benutzen Sie einfach Ihr Veranstaltungsplakat oder ein anderes nicht animiertes und einfach herzustellendes Werbemittel.
- Ungewöhnlich großes, ansprechendes Werbemittel: 300 Pixel breit, bis zu 600 Pixel hoch.
- Keine Agentur, kein zusätzlicher Gestaltungsaufwand.
- Das nicht animierte Netzplakat wird von Adblockern nicht unterdrückt und von unseren Lesern ausdrücklich geschätzt.

Rabattstaffel

- 600 Euro für mindestens 50.000 Kontakte in zwei Wochen, in der Regel mehr.
- Anfangsangebot: 3 Wochen zum Preis von 2 mit mindestens 75.000 Kontakten, in der Regel mehr.

Die Staatlichen Museen zu Berlin, das Städel, die Fondation Beyeler, die Pinakotheken München, das Kunsthaus Bregenz haben bereits geschaltet!

Infoblatt zum Netzplakat mit Spezifikationen und Zeichenvorgaben unter diesem Link: perlentaucher.de/mediadaten



Impressum

Perlentaucher Medien GmbH
Eichendorffstraße 21
10115 Berlin
Thierry Chervel
chervel@perlentaucher.de