

SAZ

Das Medium für die Sportbranche

SPORT

Mediadaten

Stand: September 2025

Neu
Advertorial-Showroom-
Video auf Seite 7



**EBNER
MEDIA
GROUP**





Mediadaten

Über SAZsport	S. 3
Print: Themen & Termine	S. 4
Print: Anzeigen	S. 5
Print & Digital: Showroom	S. 6
Print: Content	S. 8
Digital: Content	S. 9
Digital: Newsletter	S. 10
Online-Werbung: Webseite	S. 11
Podcast	S. 13
SPORTkombi	S. 15
Verlagsangaben	S. 16

Kontakt	S. 17
----------------	-------



Die führende Plattform in der Sportartikel- und Fachhandelsbranche



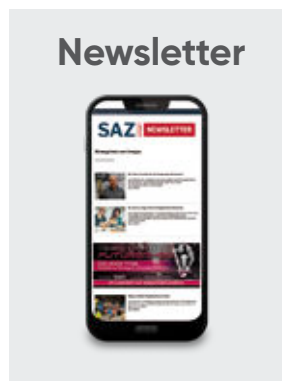
**Magazin
(plus ePaper)**

Magazin:

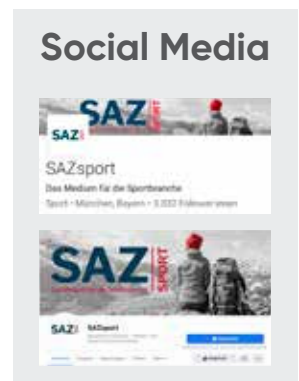
Lesen, was los ist –
6 mal im Jahr mit tiefgründigen
Analysen und Interviews



SAZsport.de



Newsletter



Social Media

Web, NL, Social Media:

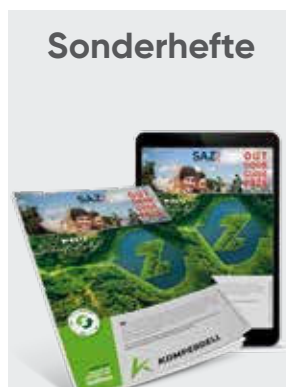
Jederzeit wissen was los ist – auf dem Laufenden bleiben mit aktuellen News



Sonderhefte

SAZsport Special:

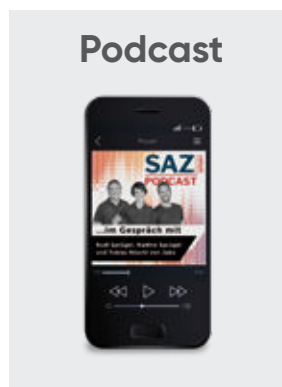
Erscheint zwei Mal im Jahr als
Outdoor- und Winter-
Special sowie zwei Mal als
Running-Special.



Sonderhefte

Guide:

Erscheint zwei Mal im Jahr zu
den Sell-in Phasen Outdoor und
Winter mit Produktneuheiten.



Podcast

Podcast:

Hören, was los ist –
spannende Talks
zu aktuellen Themen



Event

SPOKO
Der SAZsport Kongress
&
SAZ SPORT
SNOWTESTIVAL

Events:

Diskutieren,
austauschen, networken –
der Treffpunkt für die Branche

SAZ SPORT im Detail

Das Magazin

Reguläre Druckauflage: 6.000
Reichweite: 24.000 Leser pro Ausgabe
Erhöhte Auflagen zu Verbands- und Ordermessen

SAZsport.de

Ø 45.000 Seitenaufrufe pro Monat
Ø 15.000 Unique User pro Monat

Newsletter

(bis zu 3x pro Woche)
8.000 Abonnenten
(Ø Öffnungsrate: 40 %)

SAZ^{SPORT} Print: Themen & Termine 2025/26

Ausgabe	ET	Beschreibung	Fokus	DU-Schluss
2025				
05/25	21.10.25	Running-Special, Winter-Special mit Ski Test	Running, Winter-Special, Ski-Test für die kommende Saison	25.09.25
06/25	02.12.25	Sell-in Wintersportspecial 2025	Wintersport, Equipment, Textil, Handel	06.11.25
Sonderheft	02.12.25	Wintersport-Guide	Umfassende Wintersport-Guide, Equipment	06.11.25
2026				
01/26	26.01.26	Snowfestival / Ski Guide	Wintersport, Ski- und Winter-Equipment, Testberichte	07.01.26
02/26	30.03.26	Running Special / Fitness	Laufsport, Fitness-Trends, Trainingsausrüstung, Gesundheit	02.03.26
03/26	15.06.26	Special Outdoor inkl. Outdoor Guide	Outdoor-Aktivitäten, Wandern, Camping, Equipment-Tests	15.05.26
04/26	27.07.26	Nachhaltigkeits-Special	Nachhaltiger Sport, Eco-Equipment, Umweltbewusstsein	06.07.26
05/26	19.10.26	Winter Special mit Ski Test	Ski-Tests für die kommende Saison, Wintersport-Vorbereitung	21.09.26
06/26	30.11.26	Sell-in Wintersspecial 2026	Handel, Wintersport-Sortiment, Textil, B2B-Informationen	04.11.26
Sonderheft	30.11.26	Wintersport Guide	Umfassender Wintersport-Guide, Equipment	04.11.26

Sie finden die SAZsport auf:

ISPO, OutDoor by ISPO, IWA, FIBO, Ordertage der Sport2000, BrandBoxx und weiteren Ordermessen



SAZ^{SPORT} Print: Anzeigen

Anzeigen

Format (4-c)	Anschnitt* Breite x Höhe in mm	Preis
2/1 Seite über Bund	450 x 290	€ 9.700,-
1/1 Seite	225 x 290	€ 5.400,-
1/2 Seite quer	225 x 142	€ 3.400,-
1/2 Seite hoch	110 x 290	€ 3.400,-
1/3 Seite quer	225 x 93	€ 2.200,-

*plus 3 mm Beschnitt allseitig

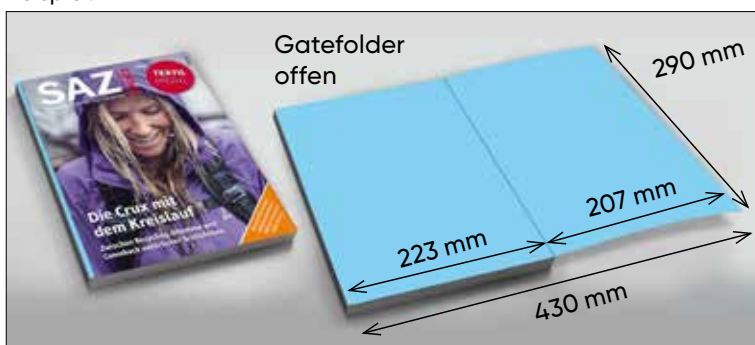
Sonderplatzierungen

Platzierung (4-c)	Anschnitt* Breite x Höhe in mm	Preis
Doppelte Titelseite inkl. Seite 2		€ 15.000,-
Gatefolder	430 x 290	€ 13.900,-
Titelbild** inkl. 1/1 Seite im Magazin		€ 7.100,-
Titelbild		€ 4.000,-
1/1 Seite, U2	225 x 290	€ 6.100,-
1/1 Seite, U4	225 x 290	€ 6.600,-

*plus 3 mm Beschnitt allseitig

**Titelbild in Absprache mit Chefredaktion SAZsport

Beispiel:



Technische Angaben

Format: 225 mm breit x 290 mm hoch

Satzspiegel: 195 mm breit x 247 mm hoch

Druckverfahren: Bogen-Offset

Farben: Euro-Skala

Druckunterlagen: per E-Mail, Datenträger oder FTP

Datenformate:

Lesbar sind für uns folgende Dateien:

- PDF/X-3 (1.5) (druckfähig)
- InDesign, Illustrator, Photoshop bis Version CS5.5
- EPS, JPEG und TIFF

Digitale Datenübertragung

- Alle Schriften müssen mitgeliefert werden.
- Farbraum immer CMYK, niemals RGB
- TIF-Dateien (CMYK oder Graustufen) immer in der Größe 1:1 bei 300 dpi
- EPS-Dateien (Pixel) -> siehe TIF
- EPS-Dateien (Vektor) -> Schriften in Zeichenwege (Pfade) konvertieren beziehungsweise in Datei einbinden
- Apple: komprimierte Daten: Stuffit oder ZIP
- PC: komprimierte Daten: ZIP

Auflösung:

300 Pixel/inch; 118 Pixel/cm

E-Mail: clientsuccess@ebnermedia.de

Zusatzkosten: Änderungen von Druckvorlagen werden zum Selbstkostenpreis berechnet.

Beilagen

bis 25 g: € 350,- / per 1.000*

bis 50 g: € 400,- / per 1.000*

bis 75 g: € 420,- / per 1.000*

Beikleber

Preis auf Anfrage

Sonderformate auf Anfrage

Malstaffel

2-mal	3 %
3-mal	5 %
5-mal	8 %
10-mal	10 %
15-mal	15 %
Jahresbuchung	20 %

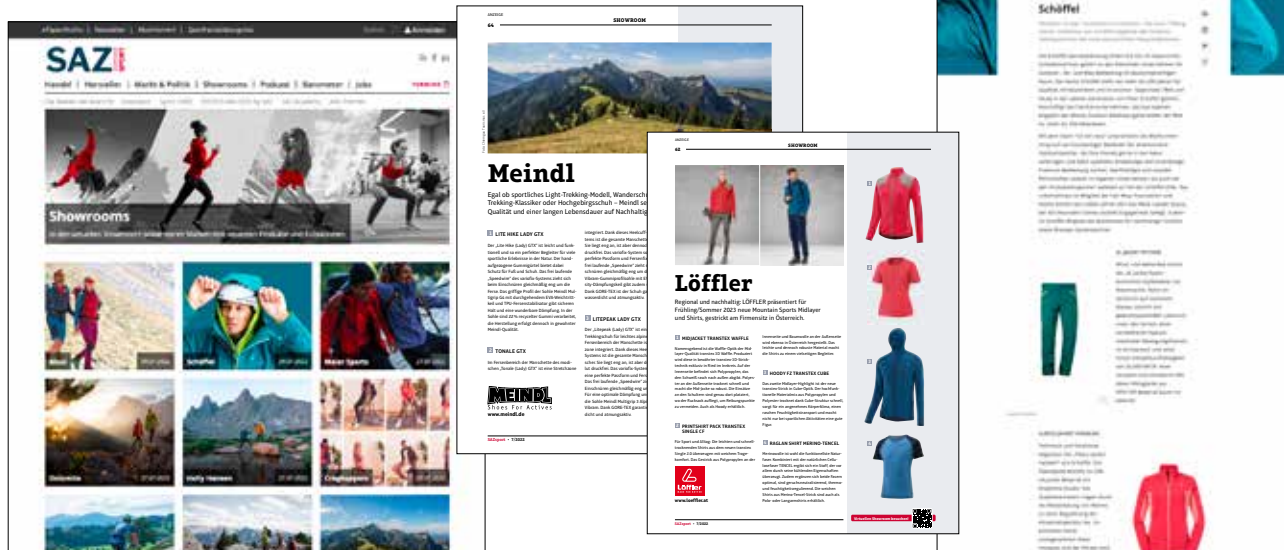
Mengenstaffel

2 Seiten	5 %
3 Seiten	8 %
4 Seiten	10 %
5 Seiten	12 %
6 Seiten	15 %
7 Seiten	18 %
8 Seiten	20 %
10 Seiten	25 %

*plus Postgebühren

Print & Digital: Advertorial-Showroom

Die Advertorial-Showrooms sind das crossmediale Schaufenster für Produkt-Neuheiten und Kollektionsvorstellungen. Sie kombinieren die Stärken und Reichweiten von Print, Webseite, Newsletter und Social Media. Hier werden Ihre Produkte in einer einheitlichen redaktionellen Optik präsentiert – sowohl digital als auch im gedruckten Heft.



Inhalte:

- Imagebild als Hintergrund
- Teaser-Text max. 250 Zeichen* online max. 170 Zeichen* Print
- Intro-Text max. 1.000 Zeichen* (nur Online)
- max. drei Produktbilder mit Beschreibung (max. 300 – 350 Zeichen* pro Bild)
- Kasten mit Kontaktdaten und Links zu weiterführenden Inhalten

Platzierung in Print:

- Ihr Advertorial-Showroom erscheint automatisch als Seite in der nächsten Printausgabe von SAZ Sport (max. drei Produkte, Print + Online identisch).

Platzierung auf Website:

- Integration mit Kachel auf der Showrooms-Übersichtsseite
- eigenständiger Advertorial (Showroom)-Artikel
- Das Advertorial-Showroom bleibt eine Woche innerhalb der ersten Nachrichten Startseite von SAZsport.de und rückt dann in den zweiten Newsblock.
- Das Advertorial-Showroom bleibt dauerhaft online und sorgt somit für langfristige SEO-Effekte.

Platzierung im Newsletter:

- Eine Einbindung im redaktionellen Newsletter.
- Platzierung im Nachrichtenblock nach dem ersten Banner.
- Zu den Sell-in Phasen Winter (ISPO) und Outdoor gibt es im Newsletter einen Hinweis mit Verlinkung auf die Rubrik Showroom.

Preis: € 2.990,-

Buchbare Zusatzleistungen

- Je 3 weitere Produkte im Showroom der gleichen Ausgabe (Print & digital) **€ 1.790,-**
- Social Media: LinkedIn-Post mit Verlinkung auf Showroom-Vorstellung auf SAZsport.de **€ 500,-**
- Eigener Stand-alone-Newsletter mit allen Produkten des Showrooms **€ 1.500,-**
(€ 1.490 Ersparnis zur Einzelbuchung)

Showroom digital only

- 3 Produktbilder **€ 1.990,-**
- jedes weitere Produktbild **€ 590,-**
- 1 Produktbild **€ 990,-**
- jedes weitere **€ 590,-**
- Nicht AE-fähig

* alle Zeichenangaben inkl. Leerzeichen

Advertorial-Showroom Video

**Ein starkes Duo im Doppelpack:
Advertorial-Showroom und Advertorial-Showroom Video**

Fotos zeigen Produkte, unsere Videos erwecken sie zum Leben.
Nutzen Sie unsere SportKombi B2B- und B2C-Möglichkeiten.

Für die besondere Exklusivität stehen:

Chefredakteur Stefan Brunner lässt sich das Besondere der Produkte erklären und macht daraus mit Kameraprofi Roman Knopf inhaltsreiche Produkt-Clips im Interviewformat. Es werden pro Film max. 3-4 Spots mit mindestens 2,5 Minuten präsentiert.

Wintersport / Herbst/Winter Sell in:

- **Produktion Video: Nov./Dez. 2025** während der ISPO
- **Januar 2026:** während des SnowTestivals
- **GoLive Video: Dezember 2025** sowie **Anfang Februar 2026** über die SAZsport-Kanäle
- **GoLive Video: ab Oktober 2026** über die SkiMagazin-Kanäle
- **Preis pro Advertorial-Showroom Video: € 3.990 netto**

Buchung mit Anzeige oder Advertorial-Showroom in den Print-Ausgaben der SAZsport oder dem SKIMAGAZIN:

- **Preis - Advertorial-Showroom Video: € 2.990 netto**

Buchung Anzeige oder Advertorial-Showroom in den Print-Ausgaben der SAZsport und dem SKIMAGAZIN:

- **Preis - Advertorial-Showroom Video: € 1.990 netto**



SAZ^{SPORT} Print: Advertorial

Auf diesen hochwertig gestalteten Seiten wird Ihr Content im einheitlichen redaktionellen Design präsentiert.

Advertorial

Im Rahmen des Firmenportraits können Sie sowohl auf Ihre Unternehmensgeschichte als auch auf Ihr Produktportfolio eingehen.

Es besteht zudem die Möglichkeit, Technologien vorzustellen und diese genauer zu erklären.

- Redaktionell gestaltete Optik
- Inhalte vom Kunden: allgemeine Einleitung 150 Zeichen, bis zu 2 Bilder, Haupttext max. 2400 Zeichen (inkl. Leerzeichen), Logo, QR Code
- Optional Texterstellung durch die Redaktion (Zusatzkosten nach Aufwand)
- Kostenloser Korrekturabzug vor Veröffentlichung

1/1 Seite: € 5.400,-

2/1 Seite: € 7.700,-

BRANDED CONTENT
45

Nachhaltige Textilindustrie mit geschlossenem Kreislauf

Entwicklung langlebiger, nachhaltiger Textilien: Herausforderungen und Kompromisse

The LYCRA Company veranstaltet regelmäßig globale Panel-Diskussionen zu kritischen, aktuellen Nachhaltigkeitsthemen mit Experten der Bekleidungsindustrie. In der nachfolgenden Zusammenfassung des Gesprächs und befassten wir uns mit der Langlebigkeit von Kleidung und den nachhaltigen Vorteilen, die Stoffe bieten, wenn sie so konzipiert werden, dass sie länger getragen werden können.

Ein Element der Kreislaufwirtschaft, das die Umweltauswirkungen von Kleidungsstücken erheblich reduzieren kann, ist die Verlängerung der Lebensdauer der Bekleidung. Das UK Waste and Resource Action Programme (WRAP) schätzt, dass eine Verlängerung der durchschnittlichen Lebensdauer eines Kleidungsstücks um nur drei Monate zu einer Verringerung der Rohstoff-, Wasser- und Abfallbilanz um 5-10% führen könnte. Doch die Verbraucherinnen hierzu zu bewegen stellt eine große Herausforderung dar.

Mindset Shift: von Fast Fashion zu Slow Fashion

Die Panel-Teilnehmer erläuterten, dass langlebige Kleidungsstücke zwar besser für die Umwelt sein mögen, dass aber ein Hauptproblem darin besteht, dass viele Verbraucherinnen mit Fast Fashion aufgewachsen sind. Die Teilnehmerinnen waren der Meinung, dass ein erheblicher Bewusstseins- und Verhaltenswandel in der Industrie und bei den Verbraucherinnen erforderlich sei, damit der Langlebigkeits-Primat etabliert werden kann.

„Wenn wir Basics langlebiger und umweltfreundlicher machen könnten, wäre das ein großer Schritt“, sagte Sandrine Wormeson, Chief Financial Officer Asia bei KAAD. „Wenn Bekleidung länger hält und nicht von Modetrends beeinflusst wird, sind die Verbraucherinnen vielleicht eher bereit, etwas mehr zu bezahlen.“

Langlebigkeit von Stretch-Stoffen

Das Panel diskutierte auch die Vorteile von LYCRA-Fasern, Spandex oder Elastan für Stretch-Kleidungsstücke, die so designt werden, dass diese über lange Zeit ihre Form behalten.

Anuska Deythaka, Chemikerin bei Open Innovation, sagte, dass Stretch-Kleidung langlebiger sein kann,



„wenn die Zug- und Reißfestigkeit, der Abrieb und der Schmutz im richtigen Bereich liegen.“

In den letzten Jahren haben viele Fortschritte in der Fasertechnologie dazu beigetragen, die Langlebigkeit von Kleidungsstücken zu verbessern. Sally Blake, federführende Design-beraterin, führte an, dass die Faser LYCRA TRIA LIFE für Swimsuits sehr beliebt ist, da sie gegen Chlor und andere schädigende Einflüsse resistent ist und sich so sehr positiv auf die Verlängerung der Lebensdauer von Badeanzügen auswirkt.

Russische Innovationen sorgen auch bei Activewear und Denim für langanhaltende Formbeständigkeit. Die LYCRA TOUGH MAX Technologie beispielsweise macht Jeans dank der Faser LYCRA T400 bis zu doppelt so stark wie ihre Pendanten aus 100% Baumwolle.

„Along in the loop with LYCRA“ und informieren Sie sich über die neuesten Fortschritte des Unternehmens im Bereich der Nachhaltigkeit und beteiligen Sie sich an der Diskussion über Kreislaufwirtschaft auf thelycracompany.com/loop.

Der Inhalt wurde von Jean Hegedus, Sustainability Director, The LYCRA Company, beigeleitet.

www.thelycracompany.com/loop

BRANDED CONTENT
14

LOWA baut den Bereich CR Schritt für Schritt aus

Corporate Responsibility spielt eine immer wichtigere Rolle. Ob in der Gesellschaft oder bei Unternehmen. Deshalb hat sich LOWA entschlossen, die CR-Abteilung auszubauen.

In seinen Aktivitäten ist seit vielen Jahren die Größe von LOWA, die in der Welt der Textilindustrie bekannt ist, ein wichtiger Faktor. Die Corporate Responsibility (CR) ist ein zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie. Die CR-Abteilung ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstruktur. Die CR-Abteilung ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstruktur. Die CR-Abteilung ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstruktur.

Die CR-Abteilung ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstruktur. Die CR-Abteilung ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstruktur. Die CR-Abteilung ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstruktur.

Die CR-Abteilung ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstruktur. Die CR-Abteilung ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstruktur. Die CR-Abteilung ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstruktur.



LOWA ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstruktur. Die CR-Abteilung ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstruktur. Die CR-Abteilung ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstruktur.

Wir empfehlen, das Advertorial mit einem „Sponsored Post“ (siehe Seite 9) sowie einem Stand-alone-Mailing (siehe Seite 10) zu kombinieren, um die Inhalte auch digital zu kommunizieren. Zusatzkosten: jeweils € 1.500,-.

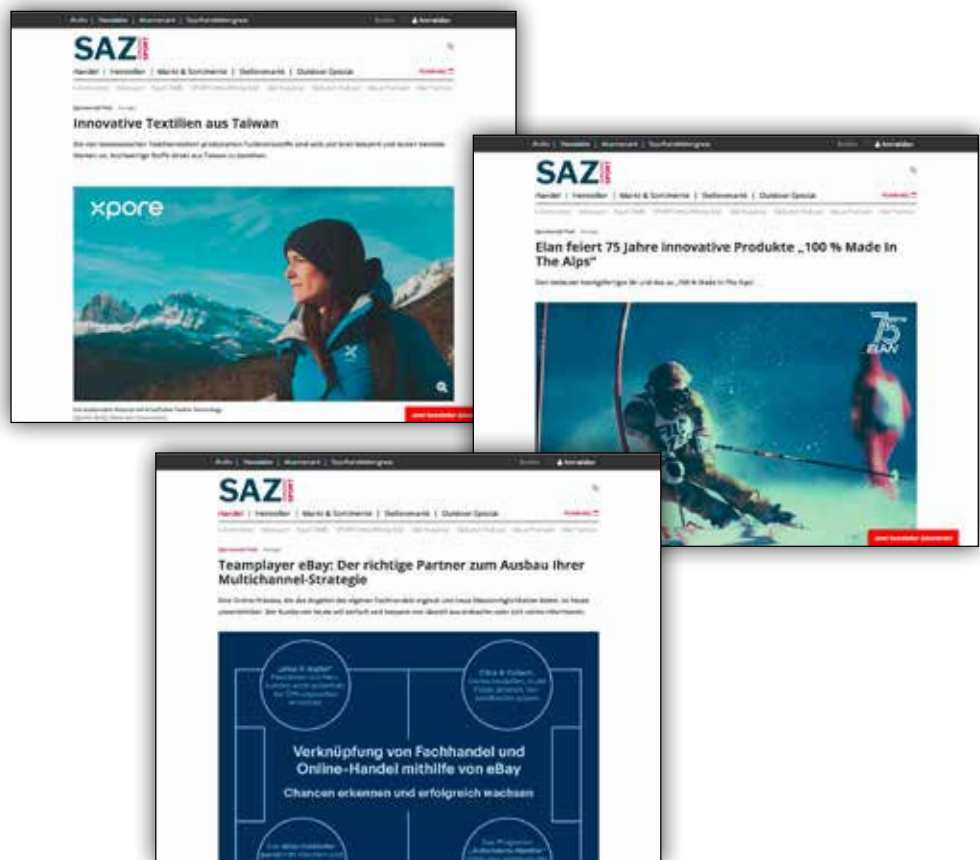
SAZ^{SPORT} Digital: Sponsored Post

Sponsored Post: Mit diesem redaktionell gestalteten Artikel auf SAZsport.de können Sie Ihre PR- und Social-Media-Kommunikation perfekt ergänzen.

Analog zu den obenstehenden Print-Varianten in SAZsport bietet der Sponsored Post die Möglichkeit, erklärungsbedürftige Themen, Lösungen und Hintergründe zu präsentieren. Die Integration verbindet Ihre Marke mit der Glaubwürdigkeit und Stärke der etablierten und anerkannten Medienmarke SAZsport.

- Basis ist Ihr Content (max. 4.000 – 5.000 Zeichen Text, 4 Bilder, 2 Links, 1 Video)
- Optional Aggregation existierender Artikel (Zusatzkosten nach Aufwand)
- 14 Tage Startseiten-Präsenz auf Sazsport.de: eine Woche innerhalb der Top3-Nachrichten, die zweite Woche im zweiten News-Block
- Der Artikel bleibt dauerhaft online und sorgt somit für langfristige SEO-Effekte.
- Optional Texterstellung durch die Redaktion (Zusatzkosten nach Aufwand)
- 14 Tage Newsletter-Integration.
- Posting auf LinkedIn mit Verlinkung auf SAZsport.de.

Preis: € 2.990,-



Wir empfehlen, den „Sponsored Post“ mit zusätzlichen Display-Werbemitteln im Newsletter zu promoten. (siehe S.10)

SAZ^{SPORT} Digital: Newsletter

Mit Banner oder Stand-alone-Mailing Kunden direkt ansprechen.

Der **SAZsport-Mailing** und das **Stand Alone Mailing (SAZsport Business Information)** versorgen mehrmals pro Woche über 8.000 Empfänger aus Handel und Industrie mit den wichtigsten Nachrichten und Branchen-Neuigkeiten. Die durchschnittliche Öffnungsrate beträgt 40 %.

Wir bieten Ihnen unterschiedliche Möglichkeiten, Ihre **Werbung** in unserem Newsletter zu platzieren: animierte, statische Banner oder Textwerbung.

Stand Alone Mailing

- Individuelles Mailing an den SAZsport Newsletter-Verteiler
- Inhalt frei gestaltbar
- Termine nach Absprache

Daten:

- komplettes HTML inkl. aller Bilder im ZIP-File oder Überschrift, Textblöcke, Bilder getrennt als einzelne Dateien
- Breite: 600 Pixel (für HTML bzw. größtes Bild)
- Betreffzeile: max. 40 Zeichen inkl. Leerzeichen
- Bilder: 600 Pixel Breite, PNG oder JPEG, max. 50 Kilobytes, keine Animation
- Video (Vimeo oder Youtube) – können verlinkt werden

Preis: € 2.990,-

Bannerwerbung im SAZsport Newsletter:

Der Banner erscheint max. 3-mal im redaktionellen Newsletter: max. 2-mal im redaktionellen Newsletter (Mo. – Fr.) sowie einmal im automatisierten Samstags-Newsletter mit den meistgelesenen News der Woche. Die Buchung versteht sich je Kalenderwoche.

Preise/Technische Details

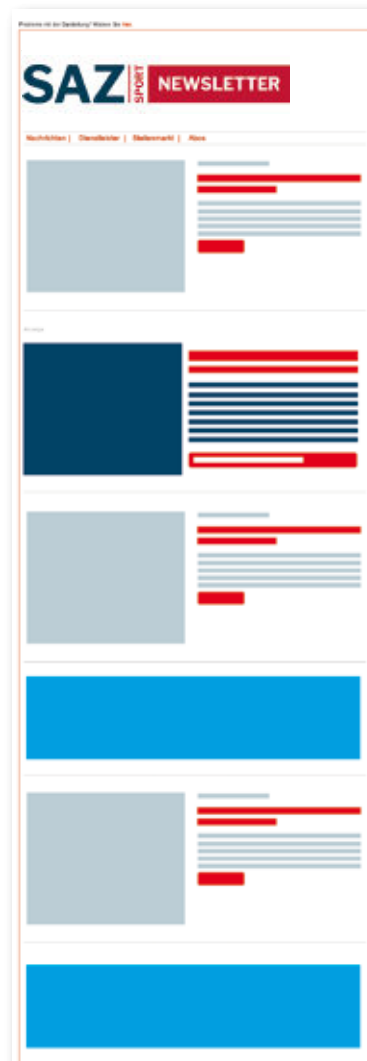
Standard Banner im SAZsport Newsletter	Wochen-Preise*
Position 1	€ 950,-
Position 2	€ 900,-
Position 3	€ 850,-
Position 4	€ 800,-

Bannerformat	Anlieferungsformat	Anlieferungsgröße
Standard-Banner	650 x 250 Pixel	max. 50 kB JPG oder PNG oder nicht animiertes GIF

* Alle Preise sind Festpreise pro KW in Euro zzgl. MwSt.
Alle Preise sind 15%-AE-provisionsfähig.



Beispiel
Stand Alone
Mailing



Beispiel
Banner im
redaktionellen
Newsletter

SAZ^{SPORT} Online-Werbung: Webseite

Ihre Zielgruppe immer und überall genau richtig ansprechen.

Das Team der SAZbike stellt Ihnen auch Werbemöglichkeiten für mobile Endgeräte zur Verfügung.

Preise/Technische Details

Bannerformat	Anlieferungsformat	Anlieferungsgröße	Preise pro Monat
Skyscraper	120 x 600 oder 160 x 600 Pixel	max. 50 kB	€ 790,-
Pushdown Billboard	728 x 300 Pixel	max. 50 kB	€ 1.050,-
Banderole Ad	770 x 250 Pixel	max. 50 kB	€ 1.050,-
Floor Ad	940 x 50 Pixel	max. 50 kB	€ 830,-
Halfpage Ad	70 x 250 Pixel	max. 50 kB	€ 850,-
Billboard Multiscreen	940 x 250 + 320 x 150 Pixel	max. 50 kB	€ 1.250,-
Superbanner Multiscreen	728 x 90 oder 940 x 50 + 320x75 Pixel	max. 50 kB	€ 1.100,-
Content Ad Multiscreen	300 x 250 Pixel + 320 x 75 Pixel	max. 50 kB	€ 750,-
Layer Ad	300 x 400 Pixel	max. 50 kB	€ 590,-

Sprechen Sie uns einfach auf die neuesten Werbeformate an.
Wir helfen Ihnen gerne weiter und beraten Sie.

Übersicht Webseiten-Werbeformate



Superbanner Multiscreen –
728 x 90 oder 940 x 90 Pixel
+ 320 x 75 Pixel



Billboard Multiscreen –
940 x 250 + 320 x 150 Pixel



Halfpage Ad –
300 x 600 Pixel



Skyscraper –
120 x 600 / 160 x 600 Pixel



Floor Ad – 940 x 50 Pixel



Content Ad Multiscreen –
300 x 250 Pixel + 320 x 75 Pixel



Pushdown Billboard –
728 x 300 Pixel



Banderole Ad –
770 x 250 Pixel



Content Ad
320 x 75 Pixel



Layer Ad – 300 x 400 Pixel

SAZ SPORT PODCAST

Im Rhythmus von drei Wochen nimmt sich Host Florian Bergener 30 bis 45 Minuten Zeit für ein tiefgründiges Gespräch mit Ihnen. Die Themen dürfen, müssen aber nicht aktuell sein. Sie als Hersteller, Händler, Verband, Veranstalter oder Dienstleister sollen hier die Möglichkeit erhalten, Ihre Werbebotschaft zu kommunizieren – in ausführlicher oder kürzerer Form.

Wählen Sie aus unseren verschiedenen Möglichkeiten:

Sponsored Partnership, Company Intern, Paid Podcast, Story Ad

Der SAZsport-Podcast ist auf allen gängigen Plattformen (Spotify, iTunes) verfügbar und wird über die diversen SAZsport-Kanäle (SAZsport.de, LinkedIn, Newsletter 2x pro Woche, Magazin) verbreitet/beworben.

Dessen Reichweitenpotenzial (Downloads/Views) liegt zwischen einem mittleren dreistelligen bis vierstelligen Bereich.

Florian
Bergener
Host
SAZsport
Podcast



Beispiele für Top-Podcasts

Wolfgang Grupp (Trigema)
3.212 Downloads/Views

Matthias Rucker
(SportScheck)
1.254 Downloads/Views

Katja Mendel (AlpenStrand)
1.043 Downloads/Views

Klaus Jost
(Ex-Vorstand Intersport)
1.018 Downloads/Views

André Weinert (Decathlon)
947 Downloads/Views

Reines Audio Format
Premium

Sponsored Partnership

Treten Sie als „powered by“-Partner des SAZsport-Podcasts auf!

**SAZ SPORT
PODCAST** powered by
**Platzierung
Ihres Firmenlogos**

Unsere Leistungen:

- Abbildung Ihres Markenlogos oder Unternehmensnamens auf dem Cover
- **NEU:** Kommunikation Ihrer Werbebotschaft in der Mitte einer Folge (MidRoll, ca. 60 bis 120 Sekunden lang)
- **NEU:** Einbindung Ihres Banners im zweimal erscheinenden Newsletter in einer Woche nach Wahl (= zwei Banner)

4 Folgen nacheinander = **€ 2.990,-**

Jede weitere Folge: Aufpreis **€ 600,-**

Company Intern

Produktion Podcast inkl. Host

- 1 Seite Branded Content
- 2 Seiten Redaktion im Magazin **€ 6.990,-**

Paid Podcast

Platzieren Sie Ihren Wunsch-Gesprächspartner in einer Folge mit Host Florian Bergener!

Unsere Leistungen:

- Verbreitung der Folge auf allen gängigen Plattformen (Spotify, iTunes, etc.) und über SAZsport.de
- Bewerbung der Folge via LinkedIn und Newsletter 2x pro Woche

Buchungsmöglichkeit:

1 Folge = **€ 1.990,-**

SAZ SPORT PODCAST

Reines Audio Format

Basic

Story Ad

Kommunizieren Sie Ihre Werbebotschaft kurz - 60 bis 120 Sekunden - in einem eigens produzierten Spot oder im Interview mit dem Host!

Unsere Leistungen:

- Einsprechen Ihrer Werbebotschaft nach Script (Stichpunkte von Ihrer Seite können ausreichen)
- Einbettung des Spots in eine Folge (gekennzeichnet mit „Werbung“)

Buchungsmöglichkeiten:

1 Folge **Pre-Roll*** = € 700,-

1 Folge **Mid-Roll**** = € 500,-

3 Folgen **10 %**

6 Folgen **15 %**

ab 10 Folgen **25 %**

AE-fähig 15%

* Positionierung im ersten Viertel einer Folge

** Positionierung des Spots ca. in der Mitte einer Folge



SAZ | SPORT

SPORTkombi

BY EBNER MEDIA GROUP

SPORTkombi by Ebner Media Group bietet die einzigartige Möglichkeit, Special-Interest-Magazine und die führende B2B-Plattform für die Sportbranche zu kombinieren – maßgeschneidert für Ihre Kommunikationsziele. Nutzen Sie die exakt aufeinander abgestimmten Trendsetter-Magazine, um Ihre Marketingaktivitäten zu optimieren. Alle abgebildeten Magazine lassen sich kombinieren – so können Sie bis zu 20 % Zusatzrabatt nutzen.

B2B



B2C



2 Titel = 7 %

3 Titel = 10 %

4 Titel = 12 %

5 Titel = 15 %

6 Titel = 20 %



Verlagsangaben

Verlag:	Ebner Media Group GmbH & Co. KG Büro München Brienner Straße 45 a-d 80333 München Telefon: +49 (0)731 88 00 58 - 100 E-Mail: info@saz.de Web: www.saz.de	Head of Sales Sport B2B & B2C:	Ulrich Onnasch (Ltg.) Telefon: +49 (0)731 88 00 58 - 624 E-Mail: ulrich.onnasch@ebnermedia.de
	Kommanditgesellschaft, Ulm Sitz und Registergericht: Ulm, HRA 1900. USt-IdNr.: DE 147041097	Media Sales:	Sylvia Triebel Telefon: +49 (0)731 88 00 58 - 626 E-Mail: sylvia.triebel@ebnermedia.de
	Persönlich haftende Gesellschafterin: Ebner Ulm MGv GmbH, Sitz und Registergericht: Ulm, HRB 576	Client Success Team:	Sibylle Bayer Telefon: +49 (0)731 88 00 58 - 611 E-Mail: sibylle.bayer@ebnermedia.de
Geschäftsführer:	Marco Parrillo	Vertrieb/Herstellung:	Thomas Heydn Telefon: +49 (0)731 88 00 58 - 111 E-Mail: th@ebnermedia.de
Head of Bike & Sports:	Alexander Schwer Telefon: +49 (0)731 88 00 58 - 608 E-Mail: alexander.schwer@ebnermedia.de	Auflage:	Reguläre Abo-Auflage: 6.000 Erhöhte Auflagen zu Verbands- und Ordermessen
Chefredakteurin SAZsport:	Dr. Stefan Brunner E-Mail: redsport@saz.de	Kundenservice:	Hotline: +49 (0)731 88 00 58 - 205 E-Mail: kundenservice@ebnermedia.de
		Erscheinungsweise:	6 Ausgaben pro Jahr Outdoor-Guide 1 x pro Jahr Wintersport-Guide 1 x pro Jahr
		Zahlungsbedingungen:	Zahlbar innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Skonto.
		Bank:	Volksbank Ulm-Biberach eG DE19 6309 0100 0036 2600 02 BIC ULMVDE66XXX
		Redaktionskontakt:	redsport@saz.de

Kontakt

**Chefredakteur SAZsport**

Dr. Stefan Brunner

E-Mail:
redsport@saz.de

**Redakteur SAZsport**

Wilfried Spürck

+49 (0)731 88 00 58 - 615
E-Mail:
wilfried.spuerck@ebnermedia.de

**CvD Magazin**

Judith Stephan

+49 (0)731 88 00 58 - 961
E-Mail:
judith.stephan@ebnermedia.de

**Head of Sales Sport B2B/B2C**

Ulrich Onnasch

+49 (0)731 88 00 58 - 624
E-Mail:
ulrich.onnasch@ebnermedia.de

**Client Success Team**

Sibylle Bayer

+49 (0)731 88 00 58 - 611
E-Mail:
sibylle.bayer@ebnermedia.de

**Sales Manager B2B**

Sylvia Triebel

SPORTS FASHION by SAZ
+49 (0)731 88 00 58 - 626
E-Mail:
sylvia.triebel@ebnermedia.de

Verlag:

Ebner Media Group GmbH & Co. KG

Büro München

Brienner Str. 45 a-d · 80333 München