SAZ SPORT

Das Medium für die Sportbranche

Mediadaten

Stand: Februar 2024

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. 7
Digital: Content	S. 8
Digital: Newsletter	S. 9
Online-Werbung: Webseite	S. 10
Podcast	S. 12
SPORTkombi	S. 13
Verlagsangaben	S. 14
Kontakt	S. 15

SAZ SPORT
Das Medium für die Sportbranche

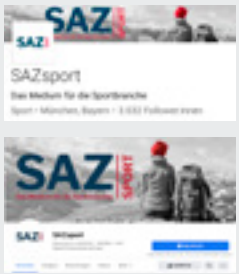
Die führende Plattform in der Sportartikel- und Fachhandelsbranche

Magazin (plus ePaper)

SAZsport.de

Newsletter

Social Media



Magazin:
Lesen, was los ist –
9 mal im Jahr mit tiefgründigen
Analysen und Interviews

Web, NL, Social Media:
Jederzeit wissen was los ist – auf dem Laufenden bleiben mit aktuellen News

Sonderhefte

Sonderhefte

Podcast

Event

SPOKO
Der SAZsport Kongress

Textil Special by SAZsport:
Erscheint zwei Mal im Jahr mit
aktuellen Trends als Wendeheft
zu den Messen Outddor by ISPO
und ISPO.

Guide:
Erscheint zwei Mal im Jahr
zur ISPO und Outdoor by ISPO
mit Produktneuheiten
der kommenden Saison

Podcast:
Hören, was los ist –
spannende Talks
zu aktuellen Themen

Event:
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 2024

Ausgabe	ET	Beschreibung	Sortimente	DU-Schluss*
2024				
01/24	**05.02.24**	Sporthandelskongress 2024 / Digitalisierung	Fokus: Wintersport Hartware Highlights H/W 24/25 (Ski Alpin, Allmountain, Touring, Freeride, Nordic Sports, Snowboard, Schneeschuhwandern)	**A:** 10.01.2024 **S:** 10.01.2024
02/24	**25.03.24**	Running-Special / Fitness	Großes Running Spezial als Ganzjahresüberblick mit den Innovationen aus dem Laufsegment: Bekleidung, Schuhe, Equipment (Trailrunning, Straßenlauf) // Fitness-Innovationen / FIBO / Fussball EM 2024	**A:** 06.03.2024 **S:** 26.02.2024
03/24	**29.04.24**	50 Jahre SAZsport / Jubiläumsausgabe	SAZsport wird 50: Rückblick und Ausblick. „Eine Branche im Wandel" – Nachhaltigkeit / Digitalisierung / HR	**A:** 04.04.2024 **S:** 04.04.2024
04/24	**03.06.24**	Outdoor-Special als Wendeausgabe mit Textil-Special	• Ein Blick in die Zukunft der Outdoorbranche: Trends, Tendenzen, Perspektiven (KI, Digitlaisierung, Nachhaltigkeit, HR, Shop-Formate) • Innovationen aus dem Textilbereich für F/S 2025: Materialtrends/ Nachhaltigkeit/neue Techniken (Urban, Athleisure, Streetwear)	**A:** 08.05.2024 **S:** 03.05.2024
Outdoor-Guide	**03.06.24**	Der große Outdoor-Guide mit den Produkten der neuen Saison.	Was muss in der Saison F/S 25 in den Handel? Der große Order-Guide mit allen neuen Produkten und Highlights aus dem Outdoorbereich für die Saison F/S 25 (Bekleidung, Accessoires, Equipment, Hartware, Schuhe)	**A:** 08.05.2024 **S:** 03.05.2024
05/24	**22.07.24**	Nachhaltigkeits-Special	Ein Blick auf die Branche: Wie weit sind Handel und Industrie beim Thema Nachhaltigkeit? Neue Wege, Lösungen, Konzepte	**A:** 27.06.2024 **S:** 27.06.2024
06/24	**28.10.24**	Running-Special / Fitness Sporthandelskongress 2024 / Digitalisierung (Wendeheft)	Running, Wintersport, Outdoor	**A:** 02.10.2024 **S:** 02.10.2024
07/24	**03.12.24**	Winter-Special als Wendeausgabe mit Textil Special	Ein Blick in die Zukunft der Wintersportbranche: Trends, Tendenzen, Perspektiven (KI, Digitlaisierung, Nachhaltigkeit, HR, Shop-Formate)	**A:** 07.11.2024 **S:** 01.11.2024
Winter-Guide	**03.12.24**	Der große Winter-Guide mit den Produkten der neuen Saison.	Was muss in der Saison H/W 25/26 in den Handel? Der große Order-Guide mit allen neuen Produkten und Highlights aus dem Wintersportbereich für die Saison H/W 25/26 (Bekleidung, Accessoires, Equipment, Hartware, Schuhe)	**A:** 07.11.2024 **S:** 01.11.2024

*A: Druckunterlagenschluss für die Anzeigen-Daten
S: Druckunterlagenschluss für das Material für die Showroom Seiten
QP: Druckunterlagenschluss Quick Portraits

Sie finden die SAZsport auf:
ISPO, OutDoor by ISPO, IWA, FIBO, Ordertage der Sport2000, BrandBoxx und weiteren Ordermessen.

SAZ SPORT Print: Anzeigen

Anzeigen

Format	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,-

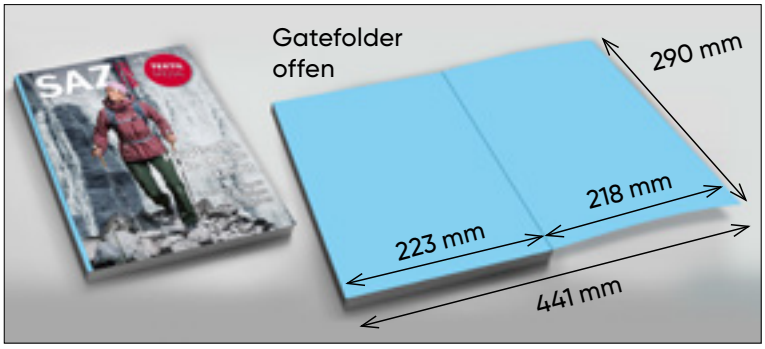
*plus 3 mm Beschnitt allseitig

Sonderplatzierungen

Platzierung	Anschnitt* Breite x Höhe in mm	Preis
NEU: Doppelte Titelseite inkl. Seite 2		€ 15.000,-
Gatefolder	441 x 290	€ 13.900,-
Titelbild** inkl. 1/1 Seite im Magazin		€ 7.100,-
Titelbild		€ 4.000,-
2. Umschlagseite	225 x 290	€ 6.100,-
Rücktitel	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: sibylle.bayer@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

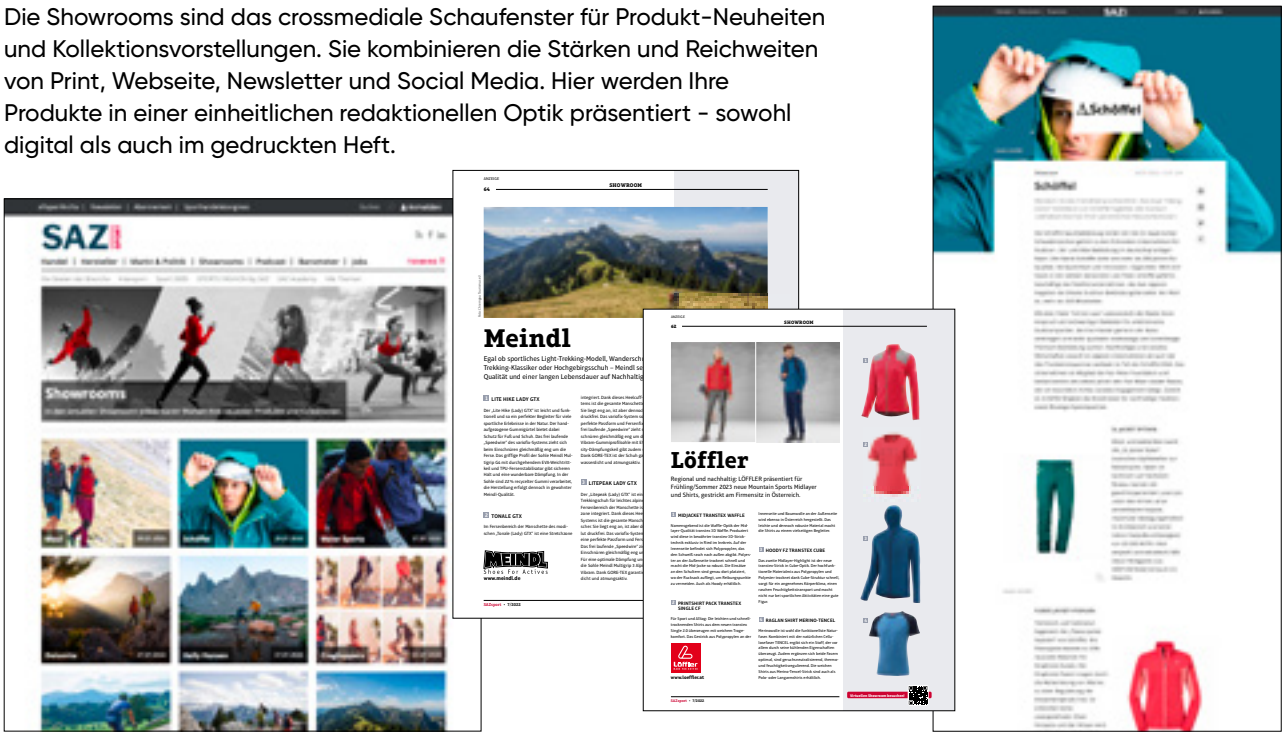
2 Seiten	5 %
3 Seiten	8 %
4 Seiten	10 %
5 Seiten	12 %
6 Seiten	15 %
7 Seiten	18 %
8 Seiten	20 %
10 Seiten	25 %

*plus Postgebühren

SAZ SPORT

Print & Digital: Showroom

Die 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)
- Möglichkeit der Videoeinbindung
- max. drei Produktbilder mit Beschreibung (max. 300 – 350 Zeichen* pro Bild)
- Kasten mit Kontaktdaten und Links zu weiterführenden Inhalten

Platzierung in Print:

- Ihr 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 Showroom-Artikel
- Der Showroom-Artikel bleibt eine Woche innerhalb der ersten Nachrichten Startseite von SAZsport.de und rückt dann in den zweiten Newsblock.
- Der Showroom-Artikel bleibt dauerhaft online und sorgt somit für langfristige SEO-Effekte.

* alle Zeichenangaben inkl. Leerzeichen

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: € 2.790,-

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,-**

(€ 990 Ersparnis zur Einzelbuchung)

Showroom digital only

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

Nicht AE-fähig

SAZ SPORT Print: Content

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

Branded Content

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 ANZEIGE

Nachhaltige Textilindustrie mit geschlossenem Kreislauf

Entwicklung langlebiger, nachhaltiger Textilien: Herausforderungen und Kompromisse

The LYCRA Company veranstaltet regelmäßig globale Panel-Diskussionen zu kritischen, aktuellen Nachhaltigkeitsfragen mit Experten der Bekleidungsindustrie. In der nachfolgend zusammengefassten Gesprächsrunde befassen 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 Resources Action Programme (WRAP) schätzt, dass eine Verlängerung der durchschnittlichen Lebensdauer eines Kleidungsstücks um nur drei Monate zu einer Verringerung der Kohlenstoff-, Wasser- und Abfallbilanz um 5–10 % führen könnte. Doch die Verbraucher:innen hierzu zu bewegen stellt eine große Herausforderung dar.

Mindset Shift: von Fast Fashion zu Slow Fashion

Die Panel-Teilnehmer erläuterten, dass langlebigere Kleidungsstücke zwar besser für die Umwelt sein mögen, dass aber ein Hauptproblem darin bestände, dass viele Verbraucher:innen mit Fast Fashion aufgewachsen sind. Die Teilnehmer wiesen darauf hin, dass ein erheblicher Bewusstseins- und Verhaltenswandel in der Industrie und bei den Verbraucher:innen erforderlich sei, damit der Langlebigkeit Priorität eingeräumt wird.

„Wenn wir Basics langlebiger und umweltfreundlicher machen könnten, wäre das ein großer Schritt", sagte Sandrine Wolrnesson, Chief Financial Officer Asia bei KIABI. „Wenn Bekleidung länger hält und nicht von Modezyklen beeinflusst wird, sind die Verbraucher:innen vielleicht eher bereit, auch etwas mehr zu bezahlen."

Langlebigkeit von Stretch-Stoffen

Das Panel erkannte auch die Vorteile an, die LYCRA-Fasern, Spandex oder Elastan für Stretch-Kleidungsstücke bieten, da sie dazu beitragen, dass diese über lange Zeit ihre Form behalten.

Anushka Darshana, Chemikerin bei Open Innovation, sagte, dass Stretch-Kleidung langlebig sein kann, „wenn die Zug- und Reißfestigkeit, der Abrieb und der Schrumpf im richtigen Bereich liegen".

In den letzten Jahren haben viele Fortschritte in der Fasertechnologie dazu beigetragen, die Langlebigkeit von Kleidungsstücken zu verbessern. Sally Blake, freiberufliche Designberaterin, führte an, dass die Faser LYCRA XTRA LIFE für Swimwear 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.

Ähnliche 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 Pendants aus 100 % Baumwolle.

„Keep 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, beigesteuert.

Fotos: ©2021 The LYCRA Company

www.thelycracompany.com/loop

7/2022 • SAZsport

BRANDED CONTENT 36

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.

Ingmar Anderson ist seit vielen Jahren das Gesicht von LOWA, wenn es um das Themenfeld Nachhaltigkeit geht. Er hat die damals neu geschaffene Stelle als Verantwortlicher der Corporate Responsibility (CR) im April 2015 angenommen. Seitdem ist das Aufgabenfeld CR ständig gewachsen. Nachhaltigkeit ist sehr komplex und umfasst eine Vielzahl von Dimensionen. Aus diesem Grunden hat sich LOWA entschlossen, die CR-Abteilung mit kompetenten und engagierten Mitarbeiterinnen weiter auszubauen. Seit 1. September 2021 sind Veronika Becker (29) und seit 1. Januar 2022 Annika Jestädt (26) mit im Boot.

„Wir versuchen uns permanent zu verbessern und verstehen unsere Aufgabe, den CO_2-Fußabdruck von LOWA zu reduzieren, als fortlaufenden Prozess. Ein Weg, der nie zu Ende sein wird, denn einen 100 Prozent nachhaltigen Schuh wird es nicht geben. Wir wen den dafür immer Ressourcen benötigen. Uns geht es darum, immer besser zu werden. Dabei setzen wir auf Ehrlichkeit, Transparenz und Kommunikation", erklärt Ingmar Anderson.

In der Outdoor-Branche hatte das zarte Pflänzchen Nachhaltigkeit einst als mehr oder weniger freiwillige Goodwill-Aktion einiger Marken begonnen. Basierend auf der Erkenntnis, dass die Outdoor-Marken von und mit der Natur leben. Natürlich gab es auch gesetzliche Bestimmungen, welche die Bereiche Schadstoffe, Arbeitsschutz und Kennzeichnungspflicht betrafen. Die Greenpeace-Kampagne von Greenpeace sorgte zusätzlich für öffentlichen Druck. Doch das ist nicht zu vergleichen mit den Anforderungen, die heute in puncto CR an Unternehmen gestellt werden. „Schon jetzt müssen viele Unternehmen gemäß Taxonomie-Verordnung alle Investitionen im Hinblick auf mögliche Klimaauswirkungen bewerten. Spätestens für das Geschäftsjahr 2023 werden die meisten Unternehmen gezwungen sein, über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten zu berichten. Dann tritt Ein weiteres die sogenannte CSRD-Berichtspflicht in Kraft. Ich denke, wir sind mit unserer CR-Strategie für die Jahre 2021 bis 2025 gut aufgestellt", sagt CR-Manager Ingmar Anderson.

Die LOWA-Nachhaltigkeitsstrategie

LOWA war eines der ersten Outdoor-Unternehmen, das die ISO-9001-Zertifizierung für sein Qualitätsmanagement erfüllte. Jetzt geht es darum, den nächsten Schritt zu gehen. LOWA strebt die Zertifizierung nach ISO 14001 an und will Transparenz über die gesamte Lieferkette schaffen, zum Beispiel durch externe Audits in den Produktionsstätten.

CR-Team mit Veronika Becker, Ingmar Anderson und Annika Jestädt (von links nach rechts)

Durch Engagement, Einsatz und Innovationen wächst und gedeiht das zarte Pflänzchen Nachhaltigkeit immer weiter.

BRANDED CONTENT 37 ANZEIGE

LOWA setzt bei der Produktion auf eine sehr hohe Qualität.

LOWA-Produktionsstätte in der Slowakei

Hierfür sind zunächst einmal ein genauerer Blick auf die Abläufe und Verfahren sowie das Sammeln einer riesigen Menge von Daten notwendig. LOWA wird hierfür den Higg-Index nutzen, ein weltweit gültiges CR-Tool. All dies wird LOWA nicht nur helfen, besser zu werden, sondern auch glaubwürdiger.

LOWA investiert Millionen in seinen Hauptproduktionsstandort in der Slowakei

Die Produktion hochwertiger Outdoor-Schuhe ist ein sehr komplexer Prozess. Kein Wunder, wenn man bedenkt, wie viele Einzelteile in einem Schuh stecken. Während am Anfang der nun fast schon 100-jährigen Geschichte von LOWA die Hofeinfahrt noch in Handarbeit gerüttelt wurden, werden inzwischen ein Großteil der Schuhe über ein teilautomatisiertes Produktionsverfahren gefertigt. Aber auch heute noch ist ein großes Stück Handarbeit in jedem Schuh, da allein die Schäfte nach immer von Hand in den Nähereien produziert werden.

Seit Juni 2019 gehört die große Schuhproduktion in der Slowakei zu 100 Prozent zu LOWA und firmiert dort unter dem Namen LOWA Production s.r.o. Hier fertigt LOWA bereits seit Jahrzehnten seine Schuhe. Mit der Übernahme begann auch der Umbauprozess der LOWA-Fabrik zu einer modernen Produktionsstätte, die allen Anforderungen des 21. Jahrhunderts gerecht wird.

Innerhalb der nächsten fünf Jahre soll das Bauvorhaben komplett abgeschlossen sein. Einige Projekte wie der Bau eines neuen Büromoduls oder einer neuen Kantine für die Mitarbeiter:innen wurden bereits abgeschlossen. Aktuell arbeitet das Team vor Ort am Umbau einer großen Halle, welche zukünftig als Materiallager sowie für die Vorproduktion der Zuschnitte oder für die Leder- sowie Textilaufbereitung genutzt werden soll. Darüber hinaus sollen neue Bereiche wie zum Beispiel Umkleideräume, Duschen, eine Atemkontrollstation, Aufenthaltsräume und eine Werkzeug-sowie Ladestationen für die Gabelstapler entstehen.

Zahlen und Fakten

Umfang: LOWA Production umfasst aktuell vier Produktionsstätten in der Slowakei. Diese sind in den Städten Bolsany, Mirloranie Prosno, Handlova und Klenovec angesiedelt. Darüber hinaus arbeitet LOWA Production mit drei Steppereien in Bosnien zusammen. Die Hauptproduktion befindet sich in Bolsany.

Mitarbeitende: Insgesamt sind bei LOWA Production circa 1.700 Mitarbeiter:innen beschäftigt, circa 20 sind in der Verwaltung tätig.

Anzahl an Schuhen: Im Moment werden circa 12.000 Paar Schuhe pro Tag gefertigt.

Schichtsystem: Die Hauptschicht beginnt um 6 Uhr morgens und geht bis 14 Uhr am Nachmittag. Im Anspitz-Department, also der Schuhproduktion, wird im Dreischichte-Betrieb (Frühschicht, Spätschicht, Nachtschicht) gearbeitet.

Benefits: Die Mitarbeiter:innen profitieren zum Beispiel von kostenlosen Bussen, Mittagessen oder auch Sport- sowie Sprachkursen nach der Arbeitszeit.

LOWA simply more... www.lowa.com

SAZsport • 7/2022

7/2022 • SAZsport

Wir empfehlen, den „Branded Content" 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,-.

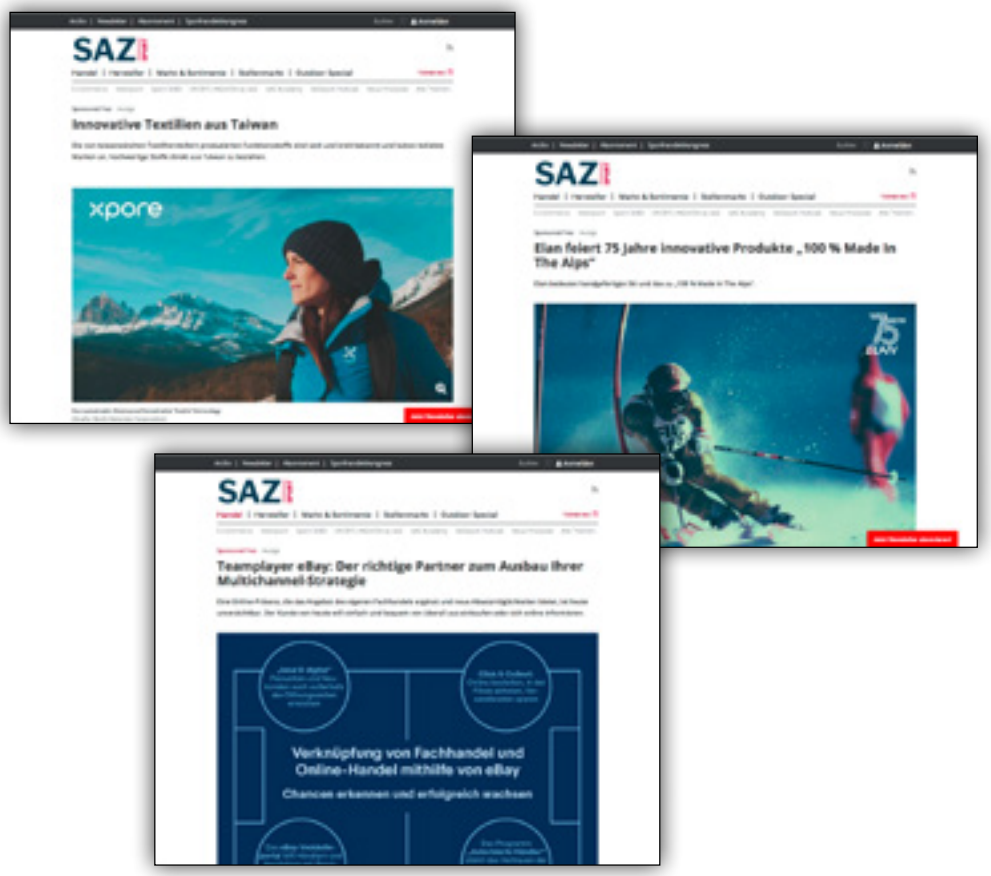
SAZ SPORT Digital: Content

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 oder SPORTS FASHION 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 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: € 2.790,-



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-Newsletter** 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 %.

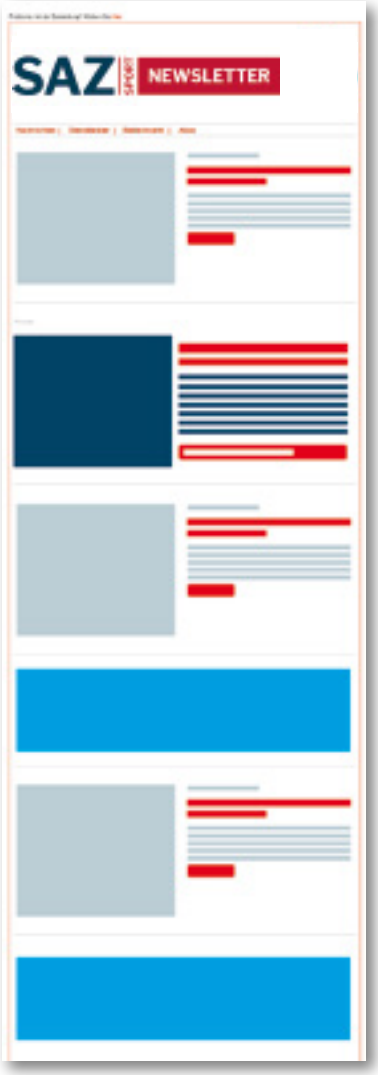
Wir bieten Ihnen unterschiedliche Möglichkeiten, Ihre **Werbung** in unserem Newsletter zu platzieren: animierte, statische Banner oder Textwerbung.

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

Format HTML max. 580 Pixel breit

Preis: € 2.790,-

Beispiel Stand-alone-Mailing



Beispiel Banner im redaktionellen Newsletter

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

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

Bannerformat	Anlieferungsformat**	Anlieferungs-größe
Newsletter-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. ** inkl. Leerzeichen, Fließtext

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.

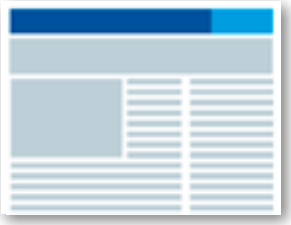
Preise/Technische Details

Bannerformat	Anlieferungsformat	Anlieferungsgröße	Preise pro Monat
Leaderboard	728 x 90 oder 940 x 90 Pixel	max. 50 kB	€ 895,-
Skyscraper	120 x 600 oder 160 x 600 Pixel	max. 50 kB	€ 790,-
Medium Rectangle	300 x 250 Pixel	max. 50 kB	€ 750,-
Content Ad	580 x 200 bis 250 Pixel	max. 50 kB	€ 830,-
Hockeystick	728 x 90 oder 950 x 90 + 120 x 600 oder 160 x 600 Pixel	max. 50 kB	€ 1.095,-
Pushdown Ad	728 x 300 Pixel	max. 50 kB	€ 950,-
Banderole Ad	770 x 250 Pixel	max. 50 kB	€ 1.050,-
Floor Ad	940 x 50 Pixel	max. 50 kB	€ 830,-
Billboard	940 x 250 Pixel	max. 50 kB	€ 1.050,-
Half Page Ad	300 x 600 Pixel	max. 50 kB	€ 850,-
Layer	individuell	max. 50 kB	€ 850,-
Fireplace	960 x 90 + 120 x 600 oder 160 x 600 Pixel je Seite	max. 50 kB	€ 1.195,-
Expandable Ad	individuell	auf Anfrage	auf Anfrage
Mobile Werbeformate			
Content Ad 2:1	320 x 150 Pixel		€ 340,-
Content Ad 4:1	320 x 75 Pixel		€ 290,-
Content Ad 6:1	320 x 50 Pixel		€ 240,-
Interstitial	300 x 400 Pixel		€ 590,-
Weitere Formate auf Anfrage.			

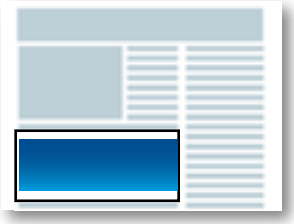
Sprechen Sie uns einfach auf die neuesten Werbeformate an.
Wir helfen Ihnen gerne weiter und beraten Sie.

SAZ SPORT Online-Werbung: Webseite

Übersicht Webseiten-Werbeformate

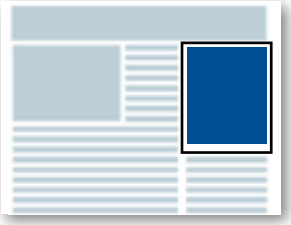


Leaderboard –
728 x 90 / 940 x 90 Pixel



Content Ad –
580 x 200 bis 250 Pixel

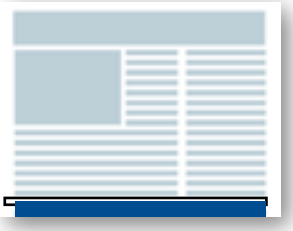
Billboard – 940 x 250 Pixel



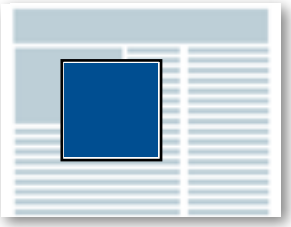
Half Page Ad –
300 x 600 Pixel

Skyscraper –
120 x 600 / 160 x 600 Pixel

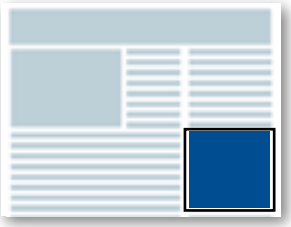
Hockeystick –
728 x 90 / 950 x 90 +
120 x 600 / 160 x 600



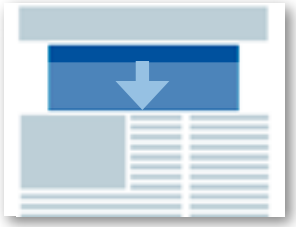
Floor Ad – 940 x 50 Pixel



Layer – nach Absprache



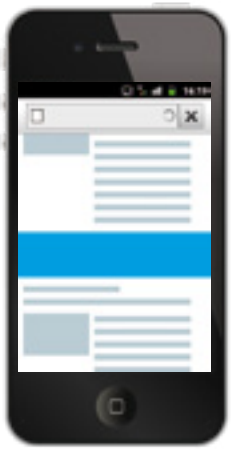
Medium Rectangle –
300 x 250 Pixel



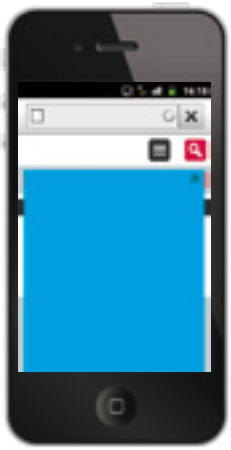
Pushdown Ad –
728 x 300 Pixel

Banderole Ad –
770 x 250 Pixel

Fireplace –
960 x 90 + links und rechts:
120 x 600 / 160 x 600 Pixel



Content Ad – 320 x 75 Pixel



Interstitial – 300 x 400 Pixel

SAZ SPORT Podcast

Im SAZsport Podcast ist das redaktionelle Format für Gespräche mit besonderen Menschen zu besonderen Themen.

Im 14-tägigen Rhythmus nehmen sich die Redakteure Florian Bergener und Ralf Kerkeling 45 – 60 Minuten Zeit für ein tiefgründiges Gespräch. Die Themen dürfen, müssen aber nicht aktuell sein. Es geht vielmehr um einen echten Deep Dive und die hintergründige Analyse eines wichtigen Branchenthemas mit Entscheidern aus Industrie, Handel oder von einem Dienstleister.Der SAZsport Podcast ist auf allen gängigen Plattformen (Spotify, iTunes, Google Podcast etc.) verfügbar und wird über die diversen SAZsport-Kanäle beworben.

Werbeformate

Spots (60 – 90 Sekunden)

Pre-Roll-Position (der Werbespot am Anfang)
- Mehr Hörer
- Sponsor des Podcasts Wirkung

Mid-Roll-Position (der Werbespot in der Mitte)
- Aufmerksamere, konzentriertere Hörer
- Weniger Wegspulen

Sonderformat: Story Ad

Exklusive Podcast Produktionen auf Anfrage

Post-Roll-Position: Eigenwerbung

Preis: Spots: **€ 500,–**
Story Ads: **€ 700,–**

SAZ SPORT Podcast

Neu ab 2024
Made in Green und SAZsport Podcast/ Company intern 14-tägig im Wechsel

Made in Green /Made in Europe/Made in Germany etc.

- Mind. 2 Seiten Redaktion in Absprache mit der SAZsport Redaktion
- 1 Seite Branded Content/Advertorial
- 1 Showroom (Print & Online, siehe Seite 7)
- Podcast mind. 30 – 40 Min. inkl. Produktion und Host Ralf Kerkeling
- Ankündigung des Podcast in unserem Newsletter und Verlinkung über unsere digitalen Kanäle

Paketpreis € 6.990,-

Oder

Company Intern:

- Mind. 2 Seiten Redaktion in Absprache mit der SAZsport Redaktion
- 1 Seite Branded Content/Advertorial
- 1 Showroom (Print & Online, siehe Seite 7)
- Podcast mind. 30 – 40 Min. inkl. Produktion und Stellung des Hosts
- Ankündigung des Podcast in unserem Newsletter und Verlinkung über unsere digitalen Kanäle

Paketpreis € 6.990,-

Pro Ausgabe oder Special jeweils nur 1-mal buchbar:
Bitte fragen Sie rechtzeitig Ihren gewünschten Termin an.

Termine

Ausgabe	ET
26.01.24	Made in Green
02.02.24	SAZPodcast
09.02.24	SAZPodcast
23.02.24	Made in Green
08.03.24	SAZPodcast
22.03.24	Made in Green
05.04.24	SAZPodcast
19.04.24	Made in Green
03.05.24	SAZPodcast
17.05.24	SAZpodcast
31.05.24	Made in Green
14.06.24	SAZPodcast
28.06.24	Made in Green
12.07.24	SAZpodcast
26.07.24	Made in Green
09.08.24	SAZPodcast
23.08.24	Made in Green
06.09.24	SAZPodcast
20.09.24	Made in Green
04.10.24	SAZPodcast
18.10.24	SAZPodcast
31.10.24	Made in Green
15.11.24	SAZPodcast
29.11.24	Made in Green
13.12.24	SAZPodcast
2025	
10.01.25	SAZPodcast
24.01.25	Made in Green

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 %

SAZ SPORT

Verlagsangaben

Verlag:
Ebner Media Group
GmbH & Co. KG
Büro München
Bayerstraße 16a
80335 München
Telefon: +49 (0)731 88 00 58 - 100
E-Mail: info@saz.de
Web: www.saz.de

Kommanditgesellschaft, Ulm
Sitz und Registergericht:
Ulm, HRA 1900.
USt-IdNr.: DE 147041097

Persönlich haftende
Gesellschafterin:
Ebner Ulm MGV GmbH,
Sitz und Registergericht:
Ulm, HRB 576

Postanschrift:
Postfach 20 15 52
80015 München

Geschäftsführer:
Marco Parrillo

Head of Bike & Sports:
Alexander Schwer
Telefon: +49 (0)731 88 00 58 - 608
E-Mail: alexander.schwer@ebnermedia.de

Chefredakteurin SAZsport:
Susa Schreiner
Telefon: +49 (0)731 88 00 58 - 604
E-Mail: susa.schreiner@ebnermedia.de

Head of Sales Sport B2B & B2C:
Ulrich Onnasch (Ltg.)
Telefon: +49 (0)731 88 00 58 - 624
E-Mail: ulrich.onnasch@ebnermedia.de

Media Sales:
Sylvia Triebel
Telefon: +49 (0)731 88 00 58 - 626
E-Mail: sylvia.triebel@ebnermedia.de

Client Success Team:
Sibylle Bayer
Telefon: +49 (0)731 88 00 58 - 611
E-Mail: sibylle.bayer@ebnermedia.de

Vertrieb/Herstellung:
Thomas Heydn
Telefon: +49 (0)731 88 00 58 - 111
E-Mail: th@ebnermedia.de

Auflage:
Reguläre Abo-Auflage: 6.000
Erhöhte Auflagen zu Verbands- und Ordermessen

Kundenservice:
Hotline: +49 (0)731 88 00 58 - 205
E-Mail: kundenservice@ebnermedia.de

Erscheinungsweise:
9 Ausgaben pro Jahr

Outdoor-Guide
1 x pro Jahr

Wintersport-Guide
1 x pro Jahr

Zahlungsbedingungen:
Zahlbar innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum rein netto.

Bank:
Volksbank Ulm-Biberach eG
DE19 6309 0100 0036 2600 02
BIC ULMVDE66XXX

Redaktionskontakt:
redsport@saz.de

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (siehe www.sazsport.de).

Kontakt

Chefredakteurin SAZsport:
Susa Schreiner
+49 (0)731 88 00 58 - 604
E-Mail:
susa.schreiner@ebnermedia.de

Head of Sales Sport B2B/B2C:
Ulrich Onnasch
+49 (0)731 88 00 58 - 624
E-Mail:
ulrich.onnasch@ebnermedia.de

Sales Manager B2B:
Sylvia Triebel
SPORTS FASHION by SAZ
+49 (0)731 88 00 58 - 626
E-Mail:
sylvia.triebel@ebnermedia.de

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

Verlag:
Ebner Media Group GmbH & Co. KG
Büro München
Postfach 20 15 52 · 80015 München
Bayerstraße 16a · 80335 München