



# perle

## Das Kund:innenmagazin von budni

Titelprofil 2024

Hamburg | EDEKA Media GmbH



# perle - Das Kund:innenmagazin von budni



## Konzept

perle ist das Kund:innenmagazin von budni und begeistert sechsmal im Jahr mit einem inspirierenden Themenmix aus Lifestyle, Beauty, Gesundheit, Haushalt, Psychologie, Familie und Ernährung. Die Themen Nachhaltigkeit und Verantwortung bilden den Schwerpunkt und ziehen sich in Form von Beiträgen, Reportagen und Interviews durch das gesamte Magazin. perle erreicht eine konsumfreudige und vorwiegend weibliche Zielgruppe direkt am POS.

## Leser:innenschaft

Vorwiegend Frauen

## Erscheinungsweise

6 x im Jahr

## Heftformat

200 x 267 mm

## Druckauflage

80.000 Exemplare

## Preise 2024

1/1 Seite 4C: 9.000 EUR

## Vertrieb

Gratis in allen budni-Filialen



# Top-Argumente: perle wirkt



## 1. perle erreicht die Zielgruppe

Mit einer Auflage von über 100.000 Exemplaren ist die perle in den budni-Filialen sichtbar platziert und erreicht damit auf direktem Weg eine markenorientierte und kaufkräftige Zielgruppe.

## 2. perle steigert den Abverkauf

Wir integrieren Ihre Produkte so prominent wie möglich, um unser gemeinsames Ziel der Abverkaufssteigerung zu erreichen.

## 3. perle gibt Kaufimpulse

Die Waren werden nachweislich bestellt – denn vor jeder Ausgabe informiert der perle-Newsletter die Filialen rechtzeitig über alle beworbenen Produkte im Magazin



Bsp. Ratscherm alkoholfrei

TOP-Platzierung



Bsp. everdrop

# Themen und Termine 2024



	HEFT	KW	EVT	SCHWERPUNKTTHEMEN*	AS	DU**	
JANUAR	1	2	08.01.	<p><b>Veganuary:</b> Von Kosmetik bis Ernährung – so gelingt ein veganer Lebensstil</p> <p><b>Hautpflege:</b> Welche Anti-Aging-Produkte helfen wirklich?</p> <p><b>Nachhaltige Haarpflege:</b> Festes Shampoo, Haarseife, No Poo &amp; Co.</p> <p><b>Valentinstag:</b> Geschenkideen &amp; Tipps für gemeinsame Erlebnisse</p> <p><b>Kinder-Karneval:</b> Verkleidungsideen, Spiele &amp; Partyzubehör</p> <p><b>Zahnpflege:</b> Darauf kommt es beim Zähneputzen wirklich an</p>		10.11.	17.11.
MÄRZ	2	11	11.03.	<p><b>Oscars 2024:</b> So gelingen die Make-up-Looks der Stars</p> <p><b>Naturkosmetik:</b> Hochwertige Inhaltsstoffe – von Arganöl bis Sheabutter</p> <p><b>Haustiere:</b> So lassen sich Haare &amp; Gerüche entfernen</p> <p><b>Darmgesundheit:</b> Diese Lebensmittel stärken die Darmflora</p> <p><b>Frühjahrsputz:</b> Profitipps fürs Zuhause</p> <p><b>Versicherungen:</b> Welche braucht man wirklich?</p>		05.01.	12.01.
MAI	3	20	13.05.	<p><b>Schwangerschaft:</b> Unerfüllter Kinderwunsch – was Paare tun können</p> <p><b>Parfüms:</b> Trenddüfte für den Sommer</p> <p><b>Haarentfernung:</b> Einwegrasierer, Wachsstreifen &amp; Epilierer im Check</p> <p><b>Familienurlaub:</b> Die schönsten Zugreisen durch Europa</p> <p><b>Wohnen:</b> Das Zuhause kindersicher machen</p> <p><b>Fußball-EM:</b> Deko-Ideen für die Public-Viewing-Party</p>		08.03.	15.03.

# Themen und Termine 2024



	HEFT	KW	EVT	SCHWERPUNKTTHEMEN*		AS	DU**
JULI	4	28	08.07.	<p><b>Sonnenschutz:</b> Die optimale Pflege für jeden Hauttyp</p> <p><b>Haare färben:</b> So trifft man den richtigen Ton</p> <p><b>Babys:</b> Tipps &amp; Produkte für die Erstausrüstung. Plus: Der große Windel-Check</p> <p><b>Menstruation:</b> Zyklusphasen verstehen &amp; richtig nutzen</p> <p><b>Schulstart:</b> Alles über Einschulung, Schultüte &amp; Co.</p> <p><b>Bücher:</b> Neuerscheinungen für den Sommerurlaub</p>		03.05.	13.05.
SEPTEMBER	5	37	09.09.	<p><b>Beauty-Tools:</b> Was können Kabuki-Pinsel, Wimpernzange &amp; Co.?</p> <p><b>Männerpflege:</b> Tipps für schöne Männerhaut</p> <p><b>Immunbooster:</b> Powerfood für die Erkältungszeit</p> <p><b>Putzmittel-Check:</b> Das können Scheuermilch, Essigreiniger &amp; Co.</p> <p><b>Haarpflege:</b> Tipps &amp; Tricks für glattes &amp; krauses Haar</p> <p><b>Smart Devices:</b> Produktneuheiten für jedes Alter</p>		05.07.	12.07.
NOVEMBER	6	46	11.11.	<p><b>Natürlich schön:</b> Alles über mikroplastikfreie Kosmetik</p> <p><b>Beauty:</b> Glamour-Make-up &amp; festliche Frisuren für die Feiertage</p> <p><b>Waschen:</b> Wissenswertes zu Waschmitteln, -anleitungen &amp; Co.</p> <p><b>Wechseljahre:</b> Was tun gegen Hitzewallungen &amp; Co.?</p> <p><b>Babypflege:</b> Alles für die empfindliche Babyhaut</p> <p><b>Plätzchen:</b> Köstliche Backideen für die Winterzeit</p>		06.09.	13.09.

# Anzeigenpreise- & formate 2024



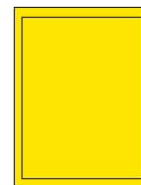
ANZEIGEN		BREITE × HÖHE IN MM		PREIS
Größe in Seitenteilen		Satzspiegel	Anschnitt*	in EUR
1/1		176 × 243	200 × 267	9.000,-
1/2	hoch	88 × 243	100 × 267	5.000,-
	quer	176 × 121	200 × 133	
1/3	hoch	54 × 243	66 × 267	3.400,-
	quer	176 × 77	200 × 89	

Anzeigen mit oder ohne Bunddurchdruck

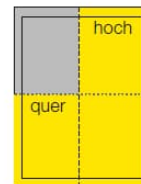
Umschlagseite U4	9.800,-
Umschlagseite U2/U3	9.200,-
2/1 (Doppelseite)	18.000,-

\* Beschnittzugabe 4 mm, text- und bildwichtige Elemente müssen einen Abstand von 5 mm zum Netto-Format/Beschnitt aufweisen.  
Die technischen Angaben finden Sie auf Seite 52–55 sowie unter [www.media.edeka](http://www.media.edeka).

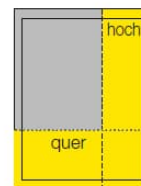
RABATTE			
Malstaffel		Mengenstaffel	
ab 3 Anzeigen	3 %	ab 2 Seiten	5 %
ab 4 Anzeigen	5 %	ab 3 Seiten	7 %
ab 5 Anzeigen	7 %	ab 4 Seiten	9 %
ab 6 Anzeigen	9 %	ab 5 Seiten	12 %
ab 9 Anzeigen	12 %	ab 6 Seiten	15 %



1/1 Seite



1/2 Seite



1/3 Seite

# Sonderwerbeformen

## > Advertorial

Platzieren Sie Ihre Produkte im Rahmen eines individuell gestalteten Advertorials – natürlich im perle-Look-and-feel.

Sie liefern uns den Input zu den Inhalten, das Erstellen der Texte sowie die Gestaltung übernehmen wir.

SONDERWERBEFORMEN	PREIS IN EUR PER TSD.	
Beilagen* 	bis 10 g	70,-
	bis 20 g	77,-
	bis 30 g	85,-
	ab 30 g	auf Anfrage
Backingcard** 	bis 20 g	75,-
Beikleber*** 	z. B. Postkarten, Booklets bis 20 g	35,-
	Warenproben bis 10 g	30,-
	Warenproben bis 20 g	33,-
Gestaltung/Layout Advertorial**** 	1/2 Seite	1.000,-
	1/1 Seite	1.500,-
	2/1 Seiten	2.500,-

AE-fähig, aber nicht rabattfähig.

\* Höchstformat für Beilagen: 260 x 200 mm, bis max. 80 g.

\*\* 1–2 cm aus dem Heft herausstehend, bis max. 90 g.

\*\*\* Basis ist eine 1/1 Trägerseite.

\*\*\*\* Nicht AE-fähig und nicht rabattfähig, zzgl. Mediakosten.

## Advertorial



Bsp. L'Oréal

# Ihre Ansprechpartner:innen



## vor Ort

### **Verlagsvertretung Nielsen 1, 2, 3a + Ausland**

Marc Hoffmann  
Telefon: 040 219960-21  
Mobil: 0174-9515122  
Mail: marc.hoffmann@edeka.de

### **Verlagsvertretung Nielsen 3a, 3b, 4, 5, 6 + 7**

Guido Nadler  
Telefon: 06196 5255690  
Mobil: 0176-99915050  
Mail: guido.nadler@edeka.de

### **Verlagsrepräsentant**

Alfred Reed  
Telefon: 0170-800 8080  
Mail: alfred.reed@edeka.de

## im Verlag

**EDEKA Media GmbH**  
**New-York-Ring 6**  
**22297 Hamburg**

### **Kfm. Verlags- und Anzeigenleiter**

Fabian Wolff  
Telefon: 040 6377-5094  
Mail: fabian.wolff@edeka.de

### **Objektmanagerin**

Lina Rotert  
Telefon: 040 6377-2073  
Mobil: 0151-15027596  
Mail: lina.rotert@edeka.de





**budni**  
gut für dich und deine welt