

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/6329/983174/stern-startet-heute-ebay-magazin-die-neue-general-interest-zeitschrift-fuer-die-ebay-community-mit> abgerufen werden.

Gruener+Jahr, stern

stern startet heute eBay-Magazin, die neue General-Interest-Zeitschrift für die eBay-Community, mit einer Druckauflage von 400.000 Exemplaren und einem Copypreis von 2,50 Euro

09.05.2007 - 11:00 Uhr, Gruener+Jahr, stern

Hamburg (ots) - Erste Verknüpfung eines redaktionell unanhängigen Print-Titels und einer weltbekannten Internetmarke im Bereich Publikumszeitschriften

Am 11. Mai erscheint in der stern-Verlagsgruppe eBay-Magazin. Die neue Zeitschrift versteht sich als das unabhängige "General-Interest-Magazin für die eBay-Nutzer". Sie orientiert sich an den vielfältigen Bedürfnissen der eBay-Nutzer, und zwar unabhängig von den Altersgruppen. Im Mittelpunkt steht kompetenter und unterhaltsamer Nutzwert-Journalismus rund um die eBay-Community. Das neue Magazin ist im Segment der Lifestyle-Zeitschriften positioniert.

Die Startausgabe des Magazins hat einen Heftumfang von 140 Seiten, davon 21,1 Seiten Anzeigen. Für 2007 sind zunächst drei Ausgaben geplant. Der Anzeigenpreis für 1/1 Seite beträgt 12.900 Euro. Zum Starttermin der Printausgabe wird es auch einen magazinaffinen Internetauftritt unter www.ebay-magazin.de geben.

Redaktionsleiter des neuen Titels ist Fabrice Braun, 35. Der ehemalige "GQ"-Journalist Braun war bereits als leitender Online-Redakteur für das Jugendmagazin "jetzt.de" der "Süddeutschen Zeitung" verantwortlich. Das eBay-Magazin wird in der eMag GmbH, Hamburg, erscheinen, deren Geschäftsführer Andreas Petzold und Ove Saffe sind. Herausgeber sind Michael Ebert und Timm Klotzek. Die NEON Magazin GmbH diente für diese Magazinentwicklung als Kreativschmiede. Das Heft lehnt sich allerdings inhaltlich nicht an NEON an, versteht sich daher auch nicht als ein NEON-Ableger.

Die strikte Unabhängigkeit der Redaktion von eBay macht das Magazin glaubwürdig - gleichzeitig weckt das Logo des Online-Marktplatzes auf dem Titel eine große Erwartungshaltung bei den Lesern, der das eBay-Magazin gerecht wird: Es ist das gedruckte Informationsmedium für alle eBay-Nutzer, die im Internet Waren kaufen und verkaufen. Die Kernrubriken des neuen Titels sind: "Community", "Kaufen & Gewinnen", "Verkaufen & Verdienen", "Trends & Produkte", "Service & Wissen". Fabrice Braun: "Weil wir nicht zu eBay gehören, sondern eine unabhängige Redaktion in Europas größtem Zeitschriftenverlag Gruener + Jahr sind, schreiben wir offen und unvoreingenommen über den aufregendsten Marktplatz der Welt."

Das eBay-Magazin ist die erste Verknüpfung eines Print-Titels im Bereich der Publikumszeitschriften mit einer weltbekannten Internetmarke. eBay ist aber nicht nur eine große Marke und eine vielfältige redaktionelle Quelle, sondern ein ebenso starker Vermarktungspartner an der Seite von Gruener + Jahr und leistet so einen zusätzlichen Ergebnisbeitrag, der über das Potential einer gewöhnlichen Markteinführung hinausgeht.

eBay unterstützt das eBay-Magazin, bringt in die gemeinsame Kooperation die Präsenz seiner Marke ein und wird das Magazin den eBay-Mitgliedern unter anderem per Direct Marketing empfehlen. eBay erwartet vom Magazin einen zusätzlichen Nutzwert für seine Kunden: Geschichten und Informationen rund um eBay, die journalistisch hochwertig zusammengefasst und unterhaltsam präsentiert sowie ergänzt werden durch Wichtiges aus der Online-Welt. Die Marke eBay wird diversifiziert und durch das Magazin aus der Online-Welt in die Offline-Welt getragen. eBay nutzt durch die Kooperation mit Gruener + Jahr die Möglichkeit, auch unabhängig vom Internet präsent zu sein.

eBay stellt in Newslettern seinen Mitgliedern das Heft vor. Zusätzlich wirbt eBay für das Magazin auf verschiedenen Seiten der eigenen Website, dazu gehören die Startseite und die Log-out-Seite.

Diese Werbung auf der eBay-Website ist rund um den Erstverkaufstag angelegt.

Ausgehend von dem weitesten eBay-Nutzerkreis könnte das eBay-Magazin eine Zielgruppe von über 20 Mio. Nutzern ansprechen. Die Eingrenzung dieses Potenzials auf relevante Alters- und Bildungsgruppen sowie hinsichtlich einer Affinität zu Zeitschriften ergibt eine Kernzielgruppe von über 11 Mio. möglichen Käufern. Dieses Potenzial dürfte weiter wachsen, denn die Zahl der eBay-Nutzer steigt von Tag zu Tag. Das eBay-Magazin richtet sich an die Kernleser im Alter von 18 - 49 Jahren, die mindestens eine weiterführende Schule besucht haben und Zeitschriftenleser sind. Die Leser des eBay-Magazins werden naturgemäß eine hohe eBay-Affinität haben, sie sind offen, neugierig und zukunftsorientiert. Für Anzeigenkunden zeichnet sich die Zielgruppe durch eine hohe Affinität zu Markenartikeln aus. Zudem ist der Internet-Einkauf mittlerweile auch für diverse Markenartikler ein unentbehrlicher Vertriebskanal.

@@infblk@@

Pressekontakt:

Kurt Otto

Leiter stern-Marktkommunikation

20444 Hamburg

Telefon: +49-40-3703-3810

Telefax: +49-40-3703-5617

E-Mail: otto.kurt@guj.de

Originaltext:

Gruner+Jahr, stern

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/6329/gruner-jahr-stern>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_6329.rss2