

Maschinen!

IMPULSE
MARKENPROFIL UND MEDIADATEN

2019



MACH ES! Reden – das tun viele. Doch wer lässt auch Taten folgen? Der impulse-Slogan „Mach es!“ ist die kürzeste Definition von Unternehmertum

IMPULSE DIE MARKE

**Mach dir keine Illusionen:
Unternehmer können jederzeit
scheitern. Das Risiko ist groß,
der Wettbewerb gnadenlos.
Lass dich lieber fest anstellen.
Dann hast du Ruhe, etwas Sichereres!**

impulse

impulse ist kein Wirtschaftsmagazin, sondern ein Unternehmerrmagazin: Die Marke richtet sich nicht an Angestellte, sondern an Chefs. Sie müssen Tag für Tag Entscheidungen treffen, ohne zu wissen, ob diese den erhofften Durchbruch bringen oder sie in den Abgrund reißen. Entsprechend wichtig können für sie die Erfahrungen anderer Unternehmer sein. Genau diese bietet ihnen impulse – seit 1980. Attraktiv ist die Marke für Entscheider, die sich nicht mit dem Status quo zufriedengeben, sondern nach neuen Ideen suchen. Sie wissen, wie schnell sich Märkte und Geschäftsmodelle verändern können – und wollen gewappnet sein. Deshalb nutzen sie das impulse-Netzwerk mit mehr als zehntausend Unternehmern, um branchenübergreifend und überregional Kontakte zu schließen und Lösungen kennenzulernen, die sich auf die eigene Situation übertragen lassen: über das Magazin, Digitalformate und Events. impulse-Kunden mangelt es nicht an Geld, sondern an Zeit; 93 Prozent von ihnen sind Inhaber, Geschäftsführer, Vorstände und Führungskräfte. Dass impulse mit einem Heftpreis von 24,90 Euro das teuerste Magazin im Markt ist, spielt für sie keine Rolle, weil sie von der Premiummarke spürbar profitieren. Auch in der Vermarktung setzt sie sich von Mainstream-Titeln ab, die Auflagen subventionieren und Reichweiten hochrechnen: Es gibt nur harte Auflage: 100 % Zielgruppe, 0 % Streuverlust. ■

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT



AUF ZUM MOND! Wer ein konkretes, inspirierendes Ziel vor Augen hat, steigert seine Chancen, dies auch zu erreichen. Das gilt auch für Unternehmer

IMPULSE

ZWEI GEBURTSTAGE

Einen Geburtstag hat jeder. impulse hat zwei: der erste am 5. September 1980: Damals launchte Gruner+Jahr das Magazin, mit Helmut Schmidt auf dem Cover. Herausgeber Johannes Gross beschrieb den Schiffbrüchigen Robinson Crusoe als „Urbild des Selbstständigen“, der dank „Schaffenskraft, Arbeitsfreude, Erfindungsgeist, Risikobereitschaft“ überlebt habe. Eine Generation später, am 9. Januar 2013, fand die zweite Geburt statt, dieses Mal voller Komplikationen. Gruner+Jahr hatte sich 2012 entschlossen, impulse nicht weiterzuführen. Die Redaktion war einige Jahre zuvor mit der „Financial Times Deutschland“ und anderen Wirtschaftstiteln zusammengelegt worden. Die Zeitung machte indes so hohe Millionenverluste, dass der Vorstand die Wirtschaftstitel auflösen wollte: Mehr als 300 Mitarbeiter sollten ihren Job verlieren. Auch das impulse-Team.

UNDERCOVER ANWÄLTE TREFFEN

Einer aber wollte das partout nicht akzeptieren: Chefredakteur Nikolaus Förster. Heimlich schmiedete er einen Plan: Warum nicht impulse retten und selbst Unternehmer werden? Undercover traf er Anwälte, wollte wissen, wie er impulse aus dem Konzern herauslösen und auf eigene Faust weitermachen könne. Schließlich hatte er jahrelang ein Magazin für Unternehmer geleitet. Er hatte gesehen, wie



„Warum starten Sie impulse“, wurde der Gruner+Jahr-Vorstand 1980 von Journalisten gefragt. „Sie verlegen doch bereits das Wirtschaftsmagazin ‚Capital‘.“ „Ganz einfach“, antwortete der Vorstand. „Wenn Angestellte ein höheres Gehalt durchsetzen möchten, brauchen sie gute Argumente, mit denen sie zum Chef gehen können. ‚Capital‘ liefert sie ihnen und sorgt so dafür, dass sie mehr verdienen.“ „Und impulse?“ „impulse verhindert das!“

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT



AUF AUGENHÖHE Wichtige Tipps erhalten Unternehmer meist von anderen Unternehmern, denen sie vertrauen. Auch impulse genießt seit 2013 einen besonderen Ruf: Seit dem Management-Buy-out ist impulse nicht mehr Teil eines Konzerns, sondern selbst Mittelständler.



Die MBO-Unterschrift am 9. Januar 2013: Die notarielle Beurkundung des Kaufvertrags dauerte mehr als neun Stunden – weil bis zuletzt über Details gestritten wurde.

sie Erfolge feierten und in Krisen schlitterten, oft gestaunt, dass sie trotz Druck und oft absurdem Arbeitspensum nie ausbrannten – weil sie für das brannten, was sie taten. Wie er selbst. Er begann zu verhandeln. Plötzlich traten andere Kaufinteressenten auf den Plan – mit mehr Geld. Es entspann sich ein Krimi, sechs Anwälte saßen ihm bei den Verhandlungen gegenüber. Nach 71 Tagen endlich die äußerst schwere Geburt: Allein die notarielle Beurkundung dauerte neun Stunden. Dann unterschrieb Förster den Kaufvertrag – eine Premiere: Noch nie zuvor in Deutschland hatte ein Chefredakteur solch einen Management-Buy-out gewagt.

VOM MAGAZIN ZUR MARKE

Im Handelsregister beschrieb Förster den neuen Verlag Impulse Medien als „Dienstleister für Unternehmer“. Dann ging es Schlag auf Schlag: Der Verleger schaffte sämtliche Abo-prämien ab („Wer Produkte billig auf den Markt wirft, sollte sich nicht wundern, wenn die Marke zerstört wird.“), er verzichtete auf Abolaufzeiten und Call-Center, baute eine Kundenbetreuung auf – samt Datenbank. Er startete eine Akademie, Reisen, stieg mit dem Bestseller „Mein größter Fehler“ ins Buchgeschäft ein und startete aufwändige crossmediale Projekte. Nur eine Sache bleibt seit dem Neustart unverändert: der impulse-Slogan: „Mach es!“

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE

DIE PREMIUM-MARKE

5 GRÜNDE, WARUM IMPULSE ANDERS UND FÜR UNTERNEHMER ATTRAKTIV IST

01

100 % ZIELGRUPPE, KEINE STREUVERLUSTE
impulse lesen fast ausschließlich **Inhaber, Geschäftsführer, Vorstände und Führungskräfte**, weil sie durch die unternehmerischen Ideen, Tipps und Kontakte – im Magazin, digital und bei Live-Events – spürbar profitieren. Entsprechend intensiv nutzen sie *impulse*: eine gute Botschaft für Werbekunden, die auf die **Qualität der Zielgruppe** Wert legen. Das hohe Maß an Interaktion mit den Kunden und die Investition in Datenbanken ermöglicht es *impulse*, auf eigene Auswertungen zurückzugreifen. Anstelle reichweitenorientierter Studien treten Analysen der eigenen Leserschaft: 93 Prozent der *impulse*-Kunden sind Entscheider. Die verbreitete Auflage liegt bei 12.500 Exemplaren (April 2019). **Es gibt keine Streuverluste:** keine Bordaufgabe, kein Lesezirkel, keine Sonderverkäufe, keine vergünstigten Verbandsabos. Niemand wird mit Billigpreisen oder Abopremien geködert.



02

SEHR GUT VERDIENENDE ENTSCHIEDER

Das Bruttomonatseinkommen der *impulse*-Kunden liegt im Schnitt bei 18.039 Euro – ohne Altersversorgung, Dienstwagen und Gewinnausschüttungen. Dies lässt sich berechnen, weil *impulse* die Position der Kunden im Unternehmen, ihre Firmengröße und Branche kennt und diese Daten mit dem jeweiligen Durchschnittseinkommen aus den Kienbaum-Vergütungsstudien abgleichen kann. **impulse-Kunden investieren in ihre Firma, legen Geld an und schätzen auch privat hohe Qualität.** Dass *impulse* – mit 24,90 Euro pro Ausgabe – das teuerste Magazin im Markt ist, spielt für sie keine Rolle, solange sie unternehmerisch profitieren. *impulse*-Kunden nutzen neben dem Magazin weiterführende Angebote – von Unternehmerreisen bis zu umfassenden Coaching-Angeboten. Die Preisspanne reicht bis zu 15.000 Euro.

03

INNOVATIVE MACHER

impulse wird von **Entscheidern** genutzt, die sich nicht mit dem Status quo zufriedengeben, sondern nach neuen Ideen suchen. *impulse*-Kunden sind **neugierige Macher** – mit Mut zu kalkuliertem Risiko. Sie haben **ehrgeizige Ziele**, zumal die meisten als Inhaber oder geschäftsführende Gesellschafter für ihre Entscheidungen haften. Sie sind das Herzstück der Wirtschaft: **Sie tragen Verantwortung für ihre Unternehmen und denken langfristig.** Sie wissen, wie schnell sich Märkte und Geschäftsmodelle verändern können – und wappnen sich dafür. Deshalb nutzen sie das *impulse*-Netzwerk mit mehr als zehntausend Unternehmern, um **branchenübergreifend und überregional** neue Ideen und Lösungen kennenzulernen, die sich auf die eigene Situation übertragen lassen, und Kontakte zu schließen. Konkrete Beispiele dokumentiert die Kampagne www.impulse-zahlt-sich-aus.de.

04

UNTERNEHMERISCHER ANSPRUCH

impulse hat Zugang zu Deutschlands Top-Unternehmern. Getragen wird das *impulse*-Netzwerk von der Überzeugung, wie wichtig es ist, von den Besten zu lernen. Dies geschieht über Fallbeispiele und Recherchen genauso wie über Besuche herausragender Firmen, Reisen oder Seminaren. Das Ziel: sich unternehmerisch weiterzuentwickeln. Diesem Anspruch stellt sich auch der *impulse*-Verlag: Seit dem Neustart 2013, als Chefredakteur Nikolaus Förster *impulse* im Zuge eines **Management-Buy-outs** vom Konzern Gruner+Jahr übernahm, ist die **preisgekrönte Marke** ein inhabergeführter Mittelständler und damit auf Augenhöhe mit seinen Kunden. Der Verlag ist profitabel, legt seine Geschäftszahlen offen, tritt für Transparenz ein und ist **unabhängig von Konzernen, Banken und Verbänden.** Den Verlag und seine Kunden verbindet der *impulse*-Slogan „Mach es!“



05

ENGE KUNDENBINDUNG

impulse legt großen Wert auf intensive Kundenbeziehungen. Ein eigenes *impulse*-Team betreut die Unternehmer, auf anonyme Call-Center wird verzichtet. Dadurch ist es möglich, **langjährige Kundenbeziehungen** aufzubauen und unternehmerische Herausforderungen kennenzulernen: Durch die direkte Verbindung zwischen Kundenbetreuung, Chefredaktion und Akademie fließen Informationen schnell hin und her, was die **Praxisnähe der Angebote** sichert und die Kundentreue erhöht. Auf Wunsch vermittelt *impulse* Kontakte zu anderen Unternehmern aus dem Netzwerk.

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE

DIE ZIELGRUPPE

SEHR GUT VERDIENENDE ENTSCHEIDER impulse-Leser sind im Schnitt 49 Jahre alt und verdienen 18.039 Euro brutto im Monat, das macht 216.486 Euro im Jahr – ohne Dienstwagen, Altersversorgung oder Gewinnausschüttungen. Woher die Zahlen stammen? impulse weiß, in welcher Branche die impulse-Kunden arbeiten, wie groß ihre Firmen sind und welche Position sie bekleiden. Auf dieser Grundlage lässt sich mit Hilfe von Kienbaum-Vergütungsstudien das durchschnittliche Einkommen bestimmen. Diese Kaufkraft ist für Anzeigenkunden höchst attraktiv, weil Unternehmer eine doppelte Rolle ausfüllen: Sie investieren in ihre Firma, legen Geld an und umgeben sich auch privat gerne mit guter Qualität, etwa mit Lifestyle- oder Luxusgütern. Sie sind also B2B- und B2C-Zielgruppe zugleich.

Wer liest impulse?

22% FRAUEN & **78%** MÄNNER

Wie alt sind sie durchschnittlich?
49 JAHRE



Wie hoch werden impulse-Kunden im Schnitt brutto vergütet – ohne Altersvorsorge, Dienstwagen oder Gewinnausschüttung?

18039 € PRO MONAT

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

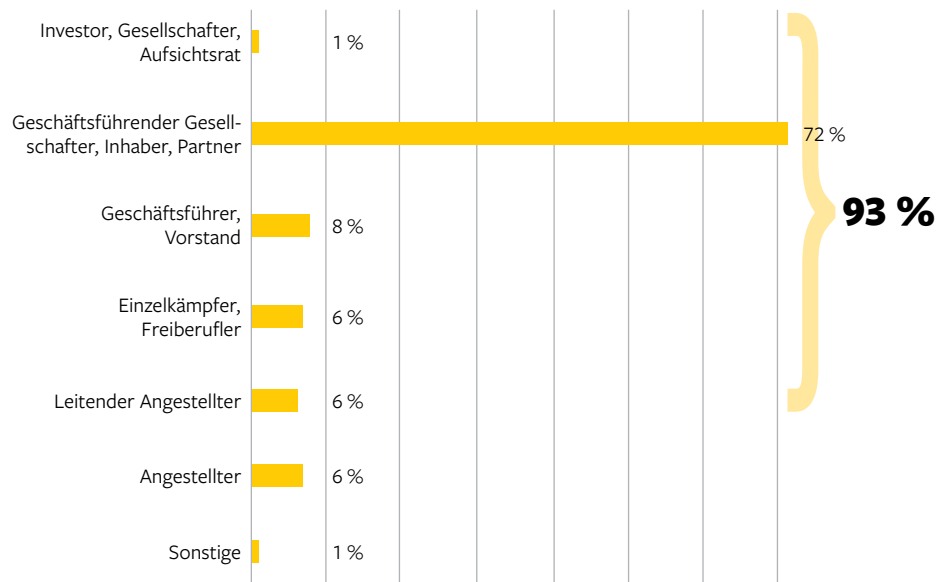
IMPULSE

DAS ENTSCHEIDER-MEDIUM

SELBST HAFTEN, FREI ENTSCHEIDEN 93 Prozent der impulse-Leser sind Inhaber, Geschäftsführer, Vorstände oder Führungskräfte – entsprechend groß ist ihr Spielraum, wenn es um Investitionen geht, sowohl beruflich als auch privat. Unternehmer, die ihre Entscheidungen nur sich selbst oder ihrem Gesellschafterkreis gegenüber zu verantworten haben, sind innerhalb der Entscheider-Zielgruppe diejenigen mit dem größten individuellen Spielraum.

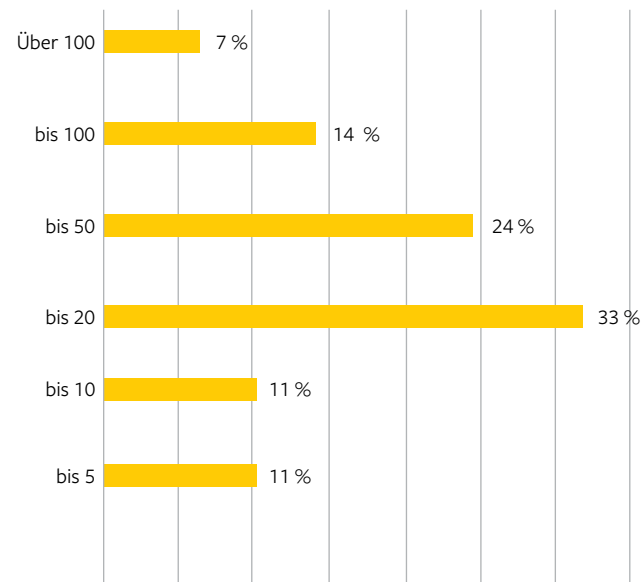
WIE FREI SIND IMPULSE-LESER IN ENTSCHEIDUNGEN?

Position im Unternehmen



WIE ALT SIND IHRE FIRMEN?

Unternehmensalter in Jahren



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

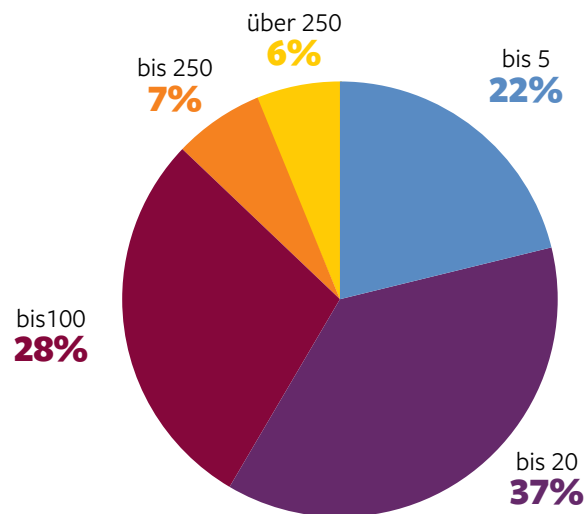
10
KONTAKT

IMPULSE

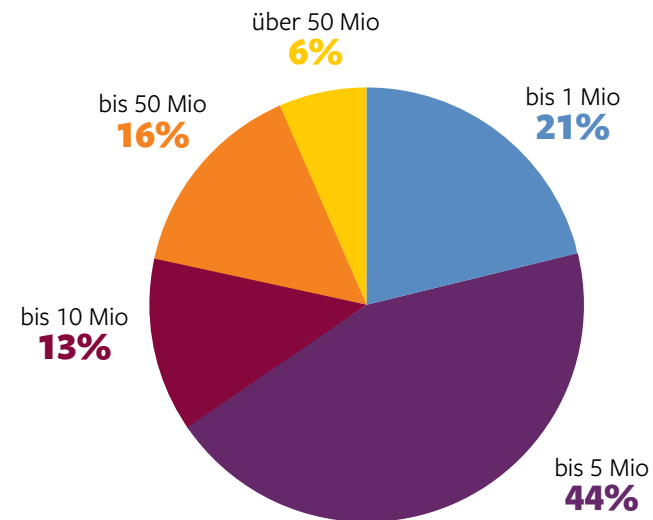
DIE MITTELSTANDS-MARKE

FIRMENGRÖSSEN Ein Blick auf die Strukturdaten zeigt, dass impulse DAS Medium des Mittelstands ist, dem Herzstück der deutschen Wirtschaft: 94 Prozent der Leser arbeiten nach der KMU-Definition der Europäischen Kommission in kleinen und mittelständischen Unternehmen, die übrigen in Großunternehmen. Überdurchschnittlich stark sind mittelgroße (ab 10 Millionen Euro Umsatz) und große Unternehmen (ab 50 Millionen Euro) vertreten: Sie machen 22 Prozent der impulse-Leser aus. In der deutschen Wirtschaft insgesamt erreichen nach Zahlen des Statistischen Bundesamtes nur 3,6 Prozent der Firmen solch einen Umsatz.

ANZAHL DER MITARBEITER



JAHRESUMSATZ

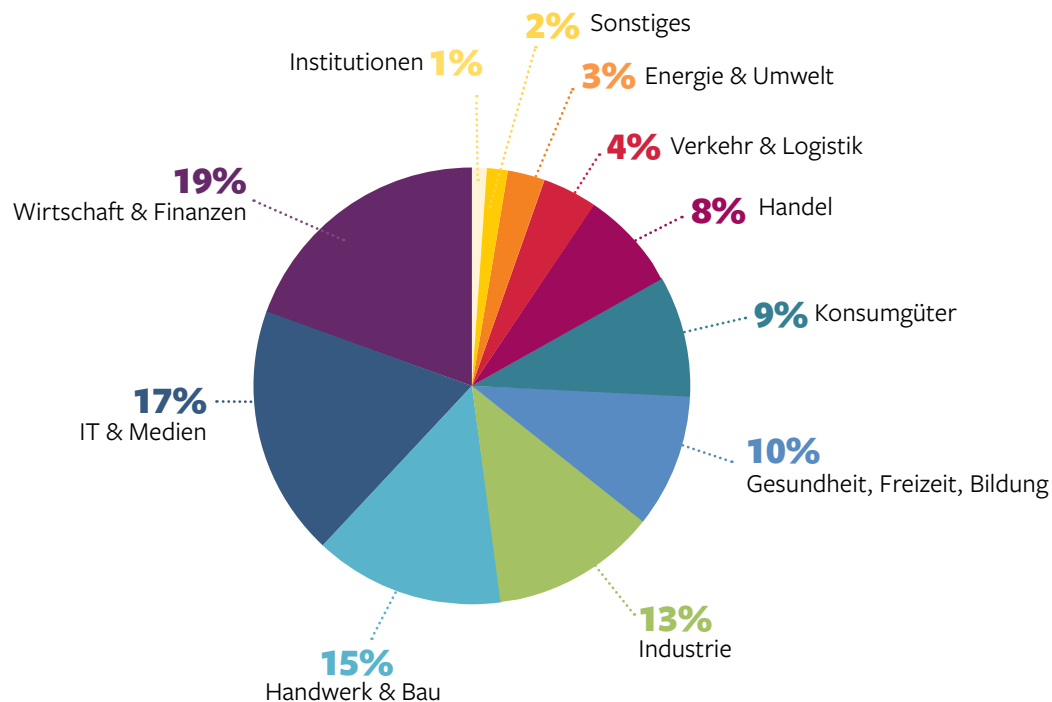


IMPULSE

DIE BRANCHENVERTEILUNG

VON ANDEREN BRANCHEN LERNEN impulse ist kein Medium, das sich wie einige Fach- oder Verbandszeitschriften in ein bestimmtes Segment der deutschen Wirtschaft vertieft. Im Gegenteil: Es geht stets darum, genau die unternehmerischen Impulse zu vermitteln, die branchenübergreifend relevant sind. Entsprechend weitgefächert ist das Spektrum der Branchen, aus denen die impulse-Kunden kommen. Das produzierende Gewerbe ist mit einem Anteil von 31 Prozent überdurchschnittlich bei impulse vertreten; in der Gesamtwirtschaft beträgt dieser Anteil nur 23 Prozent.

VERTEILUNG DER IMPULSE-KUNDEN NACH BRANCHEN



01

MARKE

02

ZIELGRUPPE

03

MARKTVERGLEICH

04

PRINT

05

PREISE UND
RABATTE

06

TERMINE

07

DIGITAL

08

LIVE

09

CROSSMEDIA

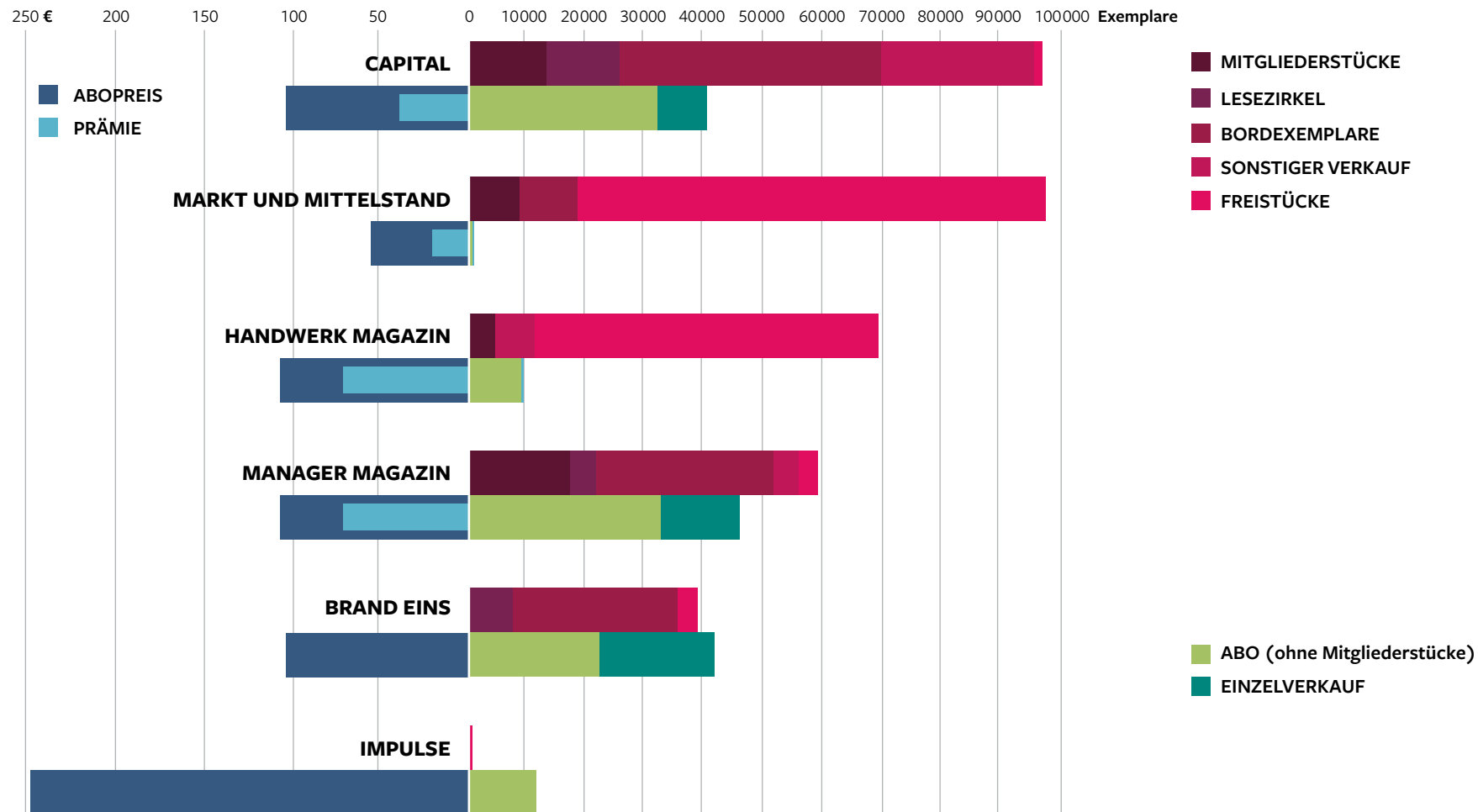
10

KONTAKT

IMPULSE

DER MARKTVERGLEICH

AUFLAGEN, ABOPREISE, PRÄMIEN Um den Wert und die Attraktivität einer Marke für Anzeigekunden zu beurteilen, sollte neben der Struktur, der Auflage und deren Reichweite auch der Magazinpreis und die Höhe der Aboprämie berücksichtigt werden. impulse verzichtet ab April 2019 auf Bord- und Lesezirkel-Exemplare, Mitgliederstücke und sonstigem Verkauf, hat also nur noch harte Auflage ohne Streuverluste und verlangt den mit Abstand höchsten Abopreis – ohne Prämie. (ein Marktvergleich nach den Daten der IVW (04/2018) und der impulse-Auflage ab April 2019)



impulse-zahlt-sich-aus.de

92 465 €



Ich habe **92 465 €** mehr umgesetzt.

Stefan Baasner las in impulse über das Schlüssel-Schloss-Prinzip, mit dem sich Kunden an einen Messestand locken lassen. Sein Team setzte die Idee um – mit Erfolg. Das Berliner Start-up m2g-Consult mit Spezialisierung auf intelligentes Messwesen sicherte sich wertvolle neue Aufträge.

impulse

In impulse las m2g-Gründer Stefan Baasner über das Schlüssel-Schloss-Prinzip: Wer Kunden zu einer Messe einlade, solle ihnen einen Grund zum Vorbeikommen liefern. So versprach Baasner den Besuchern, am Stand würden BB-8-Kugel-Roboter (bekannt aus „Star Wars“) auf sie warten, die sich mit Armgesten steuern ließen. Volltreffer: Der Stand wurde zum Publikumsmagneten.

IMPULSE ZAHLT SICH AUS

Immer wieder berichten Unternehmer davon, wie sie von impulse profitieren – oft mit Effekten, die fünf- oder sechsstellige Summen ausmachen. Aus diesem Feedback hat impulse eine Storytelling-Kampagne entwickelt: mit individuellen Köpfen, die – auf den Euro genau – berichten, was impulse bei ihnen ausgelöst hat. Dokumentiert werden einige Fälle auf www.impulse-zahlt-sich-aus.de.



impulse-zahlt-sich-aus.de

19 564 €



Ich habe **19 564 €** gespart.

Stefanie Lohbauer von der... nach einer regulären... und einigen... Einweggeschichten... statt einer... wertvolle Mitarbeiter... dritteljähriger... wertvolle... Dank...

Impulse

impulse-zahlt-sich-aus.de

500 000 €



Ich habe etwa **500 000 €** mehr Liquidität.

Andi Schäfer von der... Gruppe... in... durch... mehr... jetzt...

impulse

impulse-zahlt-sich-aus.de

3 213 €



Ich erhielt **23 213 €** Steuern zurück.

Roger K. Böhm, Inhaber von... hat... über... und... das...

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

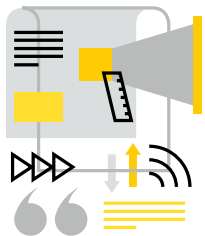
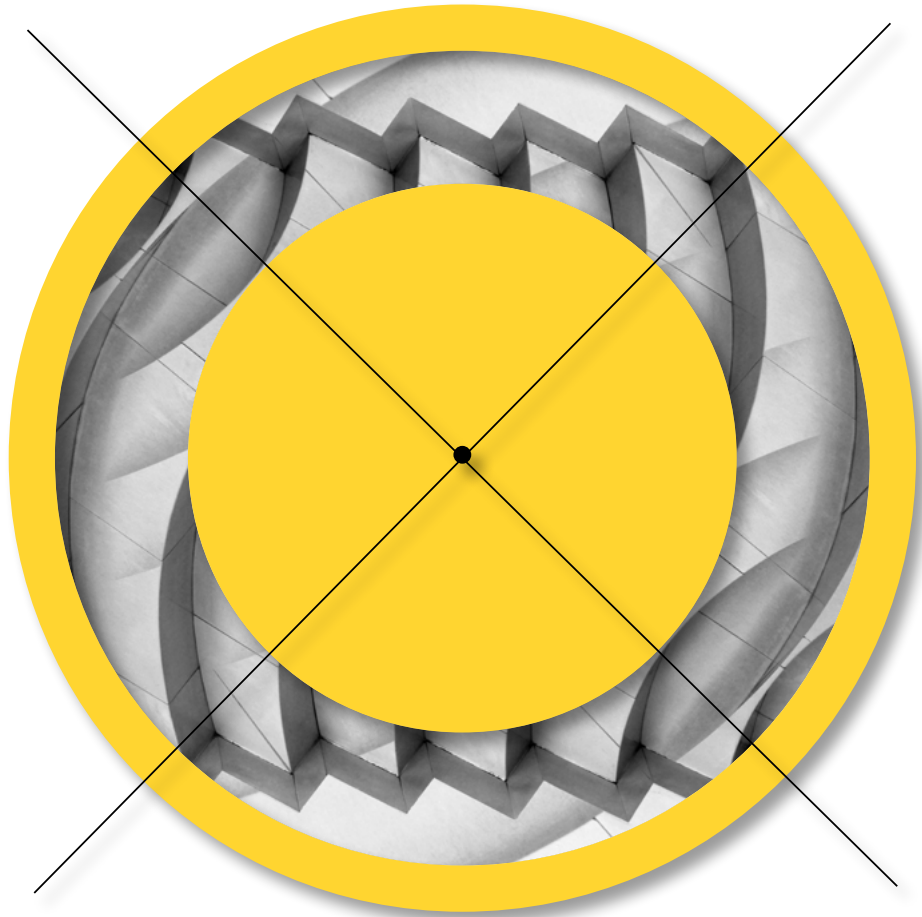
10
KONTAKT



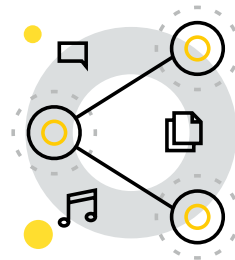
PRINT



DIGITAL



LIVE



CROSSMEDIAL

IMPULSE 360 GRAD

MACHEN SIE AUS IHREM THEMA EINE KAMPAGNE!

Einst war impulse ein gedrucktes Magazin. Mehr nicht. Heute nutzt die Unternehmer-Marke alle Kanäle, um ihre Premium-Zielgruppe zu erreichen: print, digital und live. Themen lassen sich auf diese Weise crossmedial – in einer 360°-Kommunikation – aufmerksamkeitsstark in die Öffentlichkeit bringen.

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT



IMPULSE **PRINT**

Der deutsche Mittelstand schätzt trotz Zunahme digitaler Kanäle nach wie vor Papier. Bewusst nutzt der impulse-Verlag für seine Magazine seit dem Neustart 2013 hochwertigeres Papier, um die Qualität der Inhalte auch über die Haptik zu vermitteln. Für deutsche Unternehmer gilt nach wie vor der Slogan „Print lebt!“

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

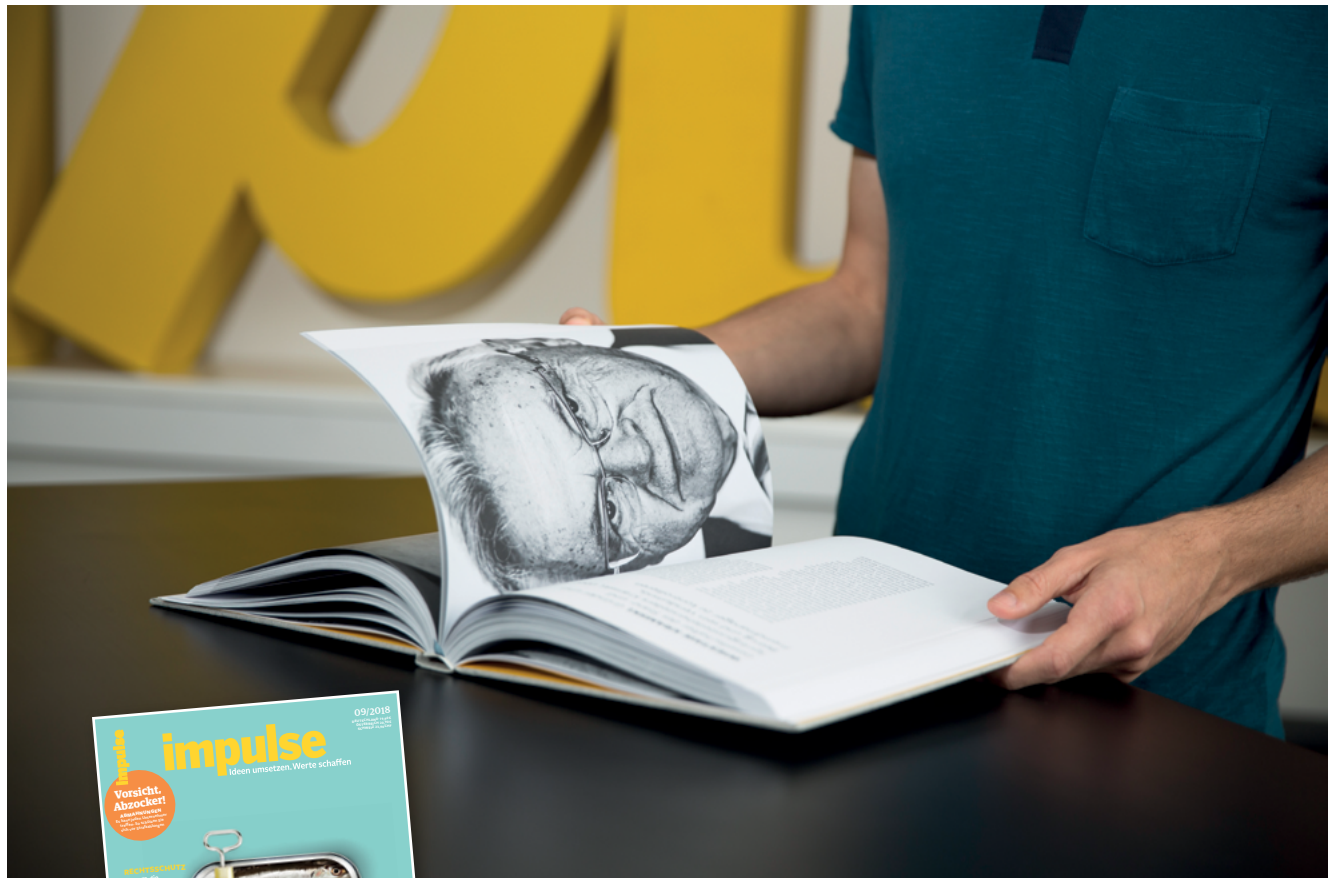
06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

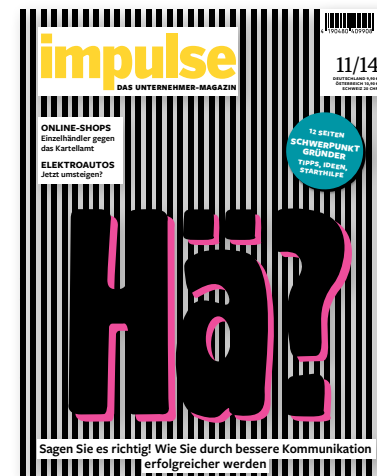


FOTOQUALITÄT Als preisgekröntes Magazin investiert impulse nicht nur in aufwändige Recherchen, sondern auch in die grafische Qualität. Statt PR-Material zu verwenden, schickt die Redaktion Fotografen zu den Mittelständlern – mit dem Ziel, die Inhalte optisch so attraktiv aufzubereiten, dass sie zum Lesen einladen. Dies gilt auch für aufwändige impulse-Bücher, etwa das Projekt „Mein größter Fehler“ (o. r.).





PREISGEKRÖNT Regelmäßig werden die Titelseiten des *impulse*-Magazins beim Wettbewerb „Cover des Monats“ von einer Jury aus Marketing- und Medienprofis unter die Top 10 der besten deutschen Zeitschriften gewählt.



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT



WEITERMACHEN Das *impulse*-Team recherchiert Best-Practice-Beispiele, diskutiert Trends und Tipps und befragt Unternehmer nach ihren Erfolgsrezepten. Im Kern geht es stets um die eine Frage: Was kann ich von anderen lernen?

Volltreffer

BESONDERS RELEVANT WEIL
 Die Teamergonomie ist ein zentraler Erfolgsfaktor und kann durch einfache Regeln leicht in Teams besser implementiert werden.

TEAMARBEIT Für den Erfolg einer Firma wird das Gruppengefüge immer wichtiger. Doch wie gelingt es, ein Team zu Höchstleistungen zu führen? Vier Unternehmer zeigen, wie es geht

A viel Streik im Team", sagt er. Knapp die Hälfte seiner ehemaligen Mitarbeiter hat sich dem Team angeschlossen und nach dem Erfolg für eine Technologie hat er seine Firma selbst gegründet. Manche haben sich der Gruppe angeschlossen, andere nicht. Knapp die Hälfte seiner ehemaligen Mitarbeiter hat sich dem Team angeschlossen und nach dem Erfolg für eine Technologie hat er seine Firma selbst gegründet. Manche haben sich der Gruppe angeschlossen, andere nicht.

JEDER VON UNS HAT EIN DATTEL DER FIRMA GEFÜHRT. BIS DAHIN WAR DAS GENAU DIE RICHTIGE FORM

Das ist die Wahrheit: Jeder von uns hat ein Dattel der Firma geführt. Bis dahin war das genau die richtige Form. Das ist die Wahrheit: Jeder von uns hat ein Dattel der Firma geführt. Bis dahin war das genau die richtige Form.

Aufgemöbelt

Die Möbelindustrie ist ein Markt, der sich in den letzten Jahren stark verändert hat. Die Möbelindustrie ist ein Markt, der sich in den letzten Jahren stark verändert hat.

1930 1941 1955 1956

Die Geschichte der Uhr ist eine Geschichte der Präzision und des Fortschritts. Die Geschichte der Uhr ist eine Geschichte der Präzision und des Fortschritts.

HER MIT DER KOHLE!

Die Grillzeit ist da! Die Grillzeit ist da! Die Grillzeit ist da!

- 01 MARKE
- 02 ZIELGRUPPE
- 03 MARKTVERGLEICH
- 04 PRINT
- 05 PREISE UND RABATTE
- 06 TERMINE
- 07 DIGITAL
- 08 LIVE
- 09 CROSSMEDIA
- 10 KONTAKT

LIFESTYLE ANZEIGEN

78 Prozent der impulse-Leser sind Männer. Anzeigenkunden aus dem Lifestyle-Bereich nutzen auch das Unternehmermagazin, um ihre Zielgruppe zu erreichen. (eine kleine Auswahl von unseren Anzeigenkunden)



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IT ANZEIGEN

In den frühen 1980ern erklärte impulse Unternehmern, dass es sich lohnen würde, in eine „EDV-Anlage“ zu investieren. Sie kostete damals so viel wie ein Kleinwagen. Auch wenn die Digitalisierung seitdem ganze Märkte umgekrempelt hat, so stehen Unternehmer heute doch vor der gleichen Herausforderung: Welche IT brauche ich? Welche Hardware? Und welche Software? (eine kleine Auswahl von unseren Anzeigenkunden)

Neu denken und umsteigen! Epson Tintenstrahl drucker

Die Umstiegskosten für Epson Tintenstrahl drucker sind gering. Epson drucker sind schneller, energiesparender, drucken besser und sind bis zu 3,5 mal schneller als Laser drucker. Bis zu 96% weniger Stromverbrauch. Bis zu 99% weniger Abfall.

Vorteil Tinte



EPSON
SOLUTIONS

Accelerating next
Hewlett Packard Enterprise

> DIE SICHERSTEN INDUSTRIE-STANDARD SERVER DER WELT*

Sicheres für Ihre Daten, was sich nicht, kein zweites Mal auf der Welt finden lässt. Wir haben einen einzigartigen Schutz, um Daten sicher zu lagern, denn Ihre Daten sind Ihr wertvollstes Gut. Erfahren Sie mehr auf: hpe.com/it/security




DAS IST KEIN HOBBY.

DAS IST KEIN NOTEBOOK. ES IST EIN LEBENDES CHAMPION.

Intel Core™ i7 4th Gen Processor

Entdecken Sie jetzt Ihr ThinkPad auf www.lenovo-thinkpad.com



Lenovo

Itimativ

Formfaktor ist Design, erstklassig verarbeitet und ausgestattet mit hochwertigem Komponenten Surface Book kombiniert die Leistungsfähigkeit eines Ultrabooks mit der Flexibilität eines Tablets in einem Gerät. Ideal für alle, die auch unterwegs flexibel auf Situationsveränderungen reagieren. Surface Book ist ein revolutionäres, innovatives Notebook, das ein visuelles Statement sendet: Es unterstreicht Ihre Position sowie die Innovationskraft Ihres Unternehmens.

Microsoft Surface Book

www.surface.de



DIGITALISIERUNG GANZ KONKRET: CONTAINER, DIE NICHT MEHR VERLOREN GEHEN.

DIGITALISIEREN SIE IHR GESCHÄFT IM INTERNET DER DINGE MIT DER TELEKOM.

Mit der intelligenten Steuerung und Überwachungsfähigkeit von Container & Asset Monitoring, wissen Unternehmen immer, wo sich ihre Container befinden. So vermeiden Sie die Gefahr, Container zu verlieren.

ERLEBEN, WAS VERBINDET.



SAMSUNG Knox

Mobile Sicherheit für den Einsatz im echten Arbeitsleben.

Samsung Knox ist eine integrierte, mehrschichtige Sicherheitsarchitektur, die Ihre Daten und Ihre Geräte vor unbefugtem Zugriff schützt. Knox ist eine integrierte, mehrschichtige Sicherheitsarchitektur, die Ihre Daten und Ihre Geräte vor unbefugtem Zugriff schützt.

samsung.com/samsungknox



HP empfiehlt Windows 10 Pro.

Unser flachstes und sicherstes Business Convertible.

HP EliteBook x360

Mehr Informationen: hp.com/go/elitebookx360

Keep reimagining



142 STD.

Im Jahr verbringten Mitarbeiter mit der Ablage und Suche von Dokumenten.

DIGITAL GEHT'S SCHNELLER

mit modernem Informations- und Dokumenten-Management.

Scannen Sie sich und Ihren Mitarbeitern eine Menge Zeit, Stress und Frustration auf www.kliktag-future.de

Triumph-Adler
The Document Business



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE

ANZEIGENPREISE UND RABATTE

Anzeigenpreis: Farb-/sw-Anzeigen

Formate auf Einzelseiten

1/1 Seite (Innenteil)	11800,-
1/1 Seite (2. Umschlagseite)	14000,-
1/1 Seite (3. Umschlagseite)	13500,-
1/1 Seite (4. Umschlagseite)	14400,-
1/1 Seite (1. rechte 1/1 Anzeige)	13800,-
2/3 Seite	7900,-
1/2 Seite	7400,-
1/3 Seite	5000,-
1/3 Seite (neben Editorial oder Inhalt)	5900,-
1/3 Seite (Veranstaltungsseite)	4500,-
1/4 Seite quer	3300,-
1/6 Seite hoch	2500,-

Formate auf Doppelseiten

2/1 Seite (2. Umschlagseite + Seite 3)	30400,-
2/1 Seite (1. Doppelseite im Heft)	29500,-
2/1 Seite (Innenteil)	23600,-

Alle Nachlässe gelten je Werbungtreibenden und Abschlussjahr

Mengenstaffel

ab	3 Seiten	4 %
ab	4 Seiten	5 %
ab	6 Seiten	8 %
ab	8 Seiten	10 %
ab	10 Seiten	12 %
ab	12 Seiten	15 %

Sonderfarben, -formate und technische Sonderausführungen auf Anfrage. Mittlervergütung 15%

Bei der Buchung von Ad-Specials können technische Kosten anfallen; diese sind nicht rabatt- und AE-fähig.

Gerne verlängern wir Ihre Printkampagne crossmedial.

Näheres finden Sie ab der Seite 47.

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

KMU ANZEIGEN

Auch mittelständische Unternehmen nutzen die Chance, über impulse neue B2B-Zielgruppen zu erschließen und zu wachsen. Für kleine und mittelständische Firmen bietet impulse vergünstigte Konditionen an: KMU-Rabatte.

BIO?
 "ICH WILL EIN HAUS, DAS GARANTIERT GESUND IST, ABER NICHT SO AUSSEHT."
 NACHWEISLICH UNTERSUCHT WOHNGESUNDHEIT UND PREIS. GESUND IST GUT. DAS KANN NUR BAUFRITZ.
 www.baufritz.jp.de
BAUFRITZ
 WIE BAUEN GESUNDHEIT

BARGASTRO
 Fine Catering - Events & Events
 Wir lassen Ihre Gäste nicht auf dem Trockenen sitzen
 Coffee | Smoothies | Cocktails
 Gastronomische Betreuung für Ihren nächsten Messestand
 kontakt@bargastro.de
 0800 820 7445 free call
 BARGASTRO GmbH
 www.bargastro.de

BUDGET-PLANNER
 online
 www.regnauer-objektbau.de
GEWERBEBAU VITAL
 • Energieoptimiert bis **Passivhaus-Standard**.
 • Schönes Bauen zum Festpreis.
 • Schlüsselfertig und nachhaltig aus Holz.
REGNAUER
 Bauen für den Erfolg.
 REGNAUER FERTIGBAU + Pulverhof Straße 11
 D-83326 Tegernsee/Thiemsee • Telefon +49 86 67 72-236
 baue@regnauer.de • www.regnauer-objektbau.de

guestone
 we take care of your guests.
 VERLIEREN SIE BEI DER ORGANISATION IHRER VERANSTALTUNGEN AUCH SCHON MAL DEN ÜBERBLICK?
 Das muss nicht sein!
 Ob Kunden- oder Mitarbeiterveranstaltung, ob Jubiläum oder Roadshow – wir übernehmen das Einladungshandling, entwickeln Onlineanmeldungen in Ihrem Corporate Design und akkreditieren Ihre Gäste vor Ort – Namensschilder inklusive.
 Mit **Guest-One** vertrauen Sie auf einen der **größten Anbieter für Teilnehmermanagement** in Deutschland und auf 20 Jahre Erfahrung in der Eventbranche.
 Referenzen, Projektbeispiele und Kontakt:
 www.g1.de

TopDigi.Org
 "Dank TopDigi.Org habe ich eine Steuerkanzlei gefunden, die digitale Abläufe nicht nur versteht, sondern auch sicher in die Zusammenarbeit integriert."
 Christian, Unternehmer
 TopDigi.Org zertifiziert innovative Steuerkanzleien und prüft sie dabei nach modernsten Kriterien. Schnelle, digitale Abläufe bei höchster Sicherheit sowie bestes Software-Know-How garantieren Ihnen erstklassige Serviceleistungen.
 Jetzt in der Digiportal unter **topdigi.org** Ihren zertifizierten Steuerberater finden. **Achten Sie auf das Gütesiegel!**
TOPDigital
 Anwaltskanzlei für Digitalisierung
 Ihre digitale Existenz
 Top digital organisiert.

Kiez Buero
 COWORKING
 Entspannt arbeiten an den Hotspots Berlins
 Coworking Meetingräume Lounges Events Virtual Office
 Trinken Kaffee und Tee
 Kicken und
 JEZT KOSTENLOSEN PROBTAG SICHERN!
 www.kiez-buero.de / info@kiez-buero.de / 030 2060 5180
 5x in Berlin / 4x Mitte und 1x Kreuzberg

DIE NEUE SAXOPRINTcloud
 Das erste kostenlose Teamwork-/Marketingportal
TEAM UP
 JEZT ANMELDEN & KOSTENLOS NUTZEN
 Die perfekte Lösung für Unternehmen, die ihre Workcenter einfach und effizient erstellen wollen
 Marketingprozesse im Teamwork
 Schnell, effizient und leicht zu integrieren
 Vom Konzept bis zum fertigen Bericht
SAXOPRINT
 www.saxoprint.cloud
 telefon: 089 2022 2477

KLEBERG
Zukunft Raum.
 Bauen. Visionen erschaffen.
 Gemeinsam mit Ihnen, unseren Kunden, können wir Visionen greifbar machen und sie in Ihre Zukunft – und die von uns allen – verwirklichen. Das ist die Zukunft des Bauens. Lassen Sie sich inspirieren, lassen Sie Ihre auf.
 kontakt@kleberg.de
 Besuchen Sie unsere Messestand 8. bis 10. Oktober 2018
 Hall C1, Stand 242
EXPO TECH

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE

KMU-PREISE

MIT WERBUNG WACHSEN Wer mit Anzeigen Unternehmer erreichen will, dem bietet impulse eine hervorragende Plattform. „Auch kleinere Firmen sollen in der Lage sein, über Anzeigen in impulse andere Unternehmer zu erreichen und zu wachsen“, sagt impulse-Herausgeber Nikolaus Förster. Maßstab für die Preise ist die KMU-Definition der Europäischen Kommission zu Kleinst- (0-9 Mitarbeiter), kleinen (10-49 Mitarbeiter) und mittleren Unternehmen (50-249 Mitarbeiter).

KMU-Preise nach Unternehmensgröße: Farb-/sw-Anzeigen

Formate	Kleinst- unternehmen (0 bis 9 Mitarbeiter)	Kleine Unternehmen (10 bis 49 Mitarbeiter)	Mittlere Unternehmen (50 bis 249 Mitarbeiter)
1/1 Seite (Innenteil)	7080,-	9440,-	10620,-
1/1 Seite (2. Umschlagseite)	8400,-	11200,-	12600,-
1/1 Seite (3. Umschlagseite)	8100,-	10800,-	12150,-
1/1 Seite (4. Umschlagseite)	8640,-	11520,-	12960,-
1/1 Seite (1. rechte 1/1 Anzeige)	8280,-	11040,-	12420,-
2/3 Seite	4740,-	6320,-	7110,-
1/2 Seite	4440,-	5920,-	6660,-
1/3 Seite (neben Editorial oder Inhalt)	3500,-	4720,-	5310,-
1/3 Seite	3000,-	4000,-	4500,-
1/4 Seite quer	1980,-	2640,-	2970,-
1/6 Seite hoch	1490,-	1990,-	2230,-

Alle Preisangaben in Euro; die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen. AE-fähig.

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

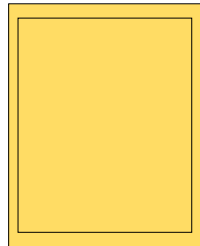
08
LIVE

09
CROSSMEDIA

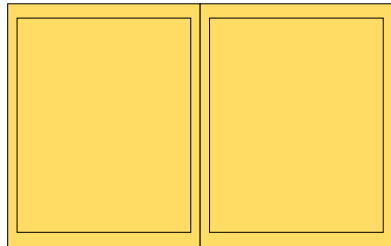
10
KONTAKT

IMPULSE

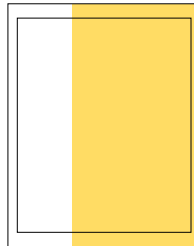
ANZEIGENFORMATE



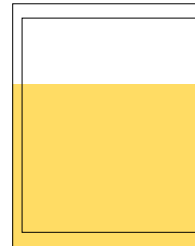
1/1 Seite
210 x 265 mm



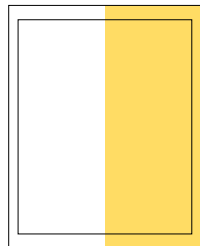
2/1 Seite
420 x 265 mm



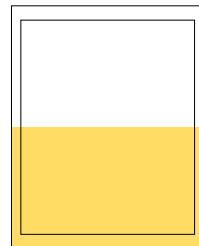
2/3 Seite hoch
133 x 265 mm



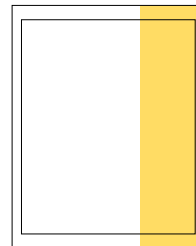
2/3 Seite quer
210 x 176 mm



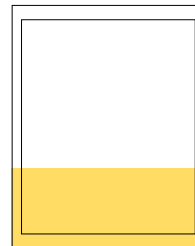
1/2 Seite hoch
102 x 265 mm



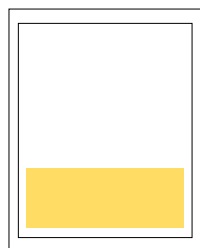
1/2 Seite quer
210 x 132 mm



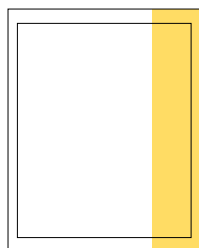
1/3 Seite hoch
73 x 265 mm



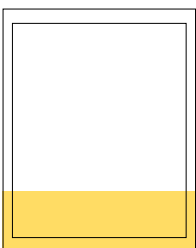
1/3 Seite quer
210 x 87 mm



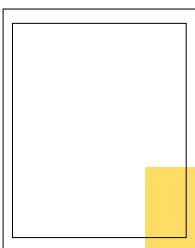
1/3 Seite quer
Veranstaltungsseite
176 x 67 mm



1/4 Seite hoch
53 x 265 mm



1/4 Seite quer
210 x 63 mm



1/6 Seite hoch
73 x 133 mm

SEITENMASS 210 x 265 mm

Beschnittzugabe oben und unten je 3 mm, rechts und links je 5 mm. Zusätzliche **Bundzugabe 5 mm** (wichtig für anschnittgefährdete Text- und Bildelemente). Sonderformate, Vorzugplatzierungen und Satzspiegelformat auf Anfrage. Abbildungen sind für Platzierungen nicht maßgebend.

Druckfarbprofil: Iso Coated v2_300

01

MARKE

02

ZIELGRUPPE

03

MARKTVERGLEICH

04

PRINT

05

PREISE UND RABATTE

06

TERMINE

07

DIGITAL

08

LIVE

09

CROSSMEDIA

10

KONTAKT

IMPULSE SONDERFORMATE



FLYING PAGE: 4x 1/2 Seite plus U4



ZANGENBANDEROLE in Verbindung mit einer 1/1 Anzeige



COVER AD plus U2



AUFFALLEN Über *impulse* lassen sich Unternehmer ohne Streuverluste erreichen. Neben klassischen Anzeigen sind auch Sonderformate möglich: von Titel-Banderolen, -Flappen und Umheftern bis zu unabhängigen Dossiers – mit jeweils einem exklusivem Anzeigenpartner. Preise auf Anfrage.

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE ADVERTORIALS

KREATIV, INFORMATIV UND EMOTIONAL Je nach Bedarf konzipieren wir für Sie zielgruppengerechte Advertorials. Ihre Produkte und Dienstleistungen werden in einem individuellen Layout optimal in Szene gesetzt. Maßgeschneiderte Texte transportieren Ihre Markenbotschaft und wecken Emotionen. Die gesamte Produktion erfolgt in enger Abstimmung mit Ihnen. Je nach Wunsch arbeiten wir mit vorhandenem Fotomaterial oder organisieren ein individuelles Shooting.



Porsche E-Performance.

Eine neue Generation Sportwagen.

Das ist nicht der Anfang, nicht der erste Schritt. Schon vor 100 Jahren befasste sich Ferdinand Porsche mit Elektromobilität, konstruierte den Lohner-Porsche sowie das weltweit erste Hybridfahrzeug – zur damaligen Zeit eine Sensation! Und auch noch heute setzt Porsche in der Hybridtechnologie Maßstäbe, sei es im Cayenne E-Hybrid oder Panamera 4 E-Hybrid.

Elektrizität hat den Auto-Rennsport in die Zukunft katapultiert
Im serienreifen GT-Rennsport schlug Porsche mit dieser Innovation nicht nur ein neues Kapitel auf. Im legendären 918 Spyder wurde das visionäre Antriebskonzept auch erfolgreich auf die Straße gebracht. Anspannend genug, auch

mit weiteren E-Hybrid-Modellen Maßstäbe zu setzen. Durch eine Kombination aus Verbrennungsmotor und elektrischer Maschine, die zu Höchstleistungen fähig ist. Im Mittelpunkt stehen dabei nicht die Technologie und Ingenieurskunst, sondern immer der Porsche Fahrer. Porsche E-Performance verwandelt Strom in ein nachhaltiges Antriebsmoment, das am Steuer für jede Menge Adrenalinausschüttungen sorgt. So werden Kraftstoffverbrauch und Emissionen mit einem Maximum an Fahrspaß reduziert. Der Autokonzern interpretiert Strom auf seine ganz eigene Weise – mit einem Ergebnis, das so performant wie effizient ist: Porsche E-Performance.

Eine neue Dimension des Porsche Fahrens
Das Konzept Porsche E-Performance geht aber noch darüber hinaus. Es beinhaltet zukunftsweisende Konnektivität und eine durchdachte Ladeinfrastruktur für heute, morgen und übermorgen. Nach dem Motto „Gemeinsam in Richtung Zukunft fahren – und dabei niemals stehen bleiben“. Denn an die Zukunft denken, aber dabei Sport und Fahrspaß im Fokus zu haben, schließt sich bei Porsche nicht aus. Bestes Beispiel: der Taycan. Der erste Elektro-Sportwagen mit der Seele eines Porsche.

Mit seinem zukunftsweisenden Antriebskonzept läuft Porsche bereits seit Jahren auf Hochtour, jetzt sind Sie dran. Erleben Sie eine neue Generation Sportwagen – mit Porsche E-Performance. Performance, electrified.

Mehr Informationen unter:
www.porsche.de/e-performance



VERBRÄUCHSWERTE:
Panamera E-Hybrid Modelle: Kraftstoffverbrauch (lt/100 km): kombiniert 3,0–2,5; CO₂-Emissionen kombiniert 69–66 g/km; Gesamtwirkungsgrad kombiniert 17,6–19,9 kWh/100 km.
Cayenne E-Hybrid: Kraftstoffverbrauch (lt/100 km): kombiniert 3,4–3,2; CO₂-Emissionen kombiniert 78–77 g/km; Stromverbrauch/kombiniert 20,9–22,8 kWh/100 km kombiniert.

Advertorials sind Anzeigenseiten oder -strecken und müssen deshalb als Anzeige gekennzeichnet werden.

TIMING

Briefing, Bild- und Textmaterial benötigen wir bis spätestens:

2/1 SEITE: 4 Wochen vor Druckunterlagenschlusstermin

1/1 SEITE: 3 Wochen vor Druckunterlagenschlusstermin

KOSTEN

Die Advertorials werden zum gültigen Anzeigenpreis ggf. zuzüglich Setz- oder Kreationskosten berechnet und in den Jahresabschluss einbezogen.

KREATIONSKOSTEN

(inkl. Konzept, Text und Layout, exkl. Bildrechte und Fotoproduktionen)

2/1 Seite	3000,-
1/1 Seite	2300,-
1/2 Seite	1900,-
1/3 Seite	1600,-

SETZKOSTEN

(Anlieferung aller Rohdaten)

2/1 Seite	1500,-
1/1 Seite	1000,-
1/2 Seite	600,-
1/3 Seite	600,-

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE AD SPECIALS

	Beilagen		Beikleber		Beihefter	
Definition	Beilagen sind verarbeitungsfertig angelieferte Produkte, die der Zeitschrift lose und mit der geschlossenen Seite zum Bund beigelegt werden. Das Maximalgewicht bedarf der Abstimmung. Warenproben und CDs auf Anfrage. Beilagen mit höherem Einzelgewicht können mit dem Hauptheft verpackt werden. Preise auf Anfrage.		Beikleber sind verarbeitungsfertig angelieferte Produkte, die auf eine Trägeranzeige aufgeklebt und durch den Interessenten abgelöst werden können.		Beihefter sind fest in eine Zeitschrift integrierte Drucksachen oder Prospekte eines Werbenden. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert oder auf Anfrage durch uns hergestellt werden.	
		Verbreitete Auflage (12.500)	Postkarten/Booklets	Gesamtauflage (15.000)		Gesamtauflage (15.000)
Grundpreis*	bis 30 g	5.625,-	bis 10 g	3.750,-	4 Seiten	6.750,-
	bis 50 g	5.875,-	bis 20 g	4.125,-	8 Seiten	7.050,-
	höhere Gewichte auf Anfrage		bis 30 g	4.500,-	12 Seiten	7.350,-
					16 Seiten	7.650,-
	Sonderformate auf Anfrage				Beihefter mit aufgeklebtem Element auf Anfrage	
Auftrags-/ Rücktritts termine	Entsprechend des Anzeigenschlusses (siehe S.30). Der Auftrag wird für den Verlag nach Vorlage eines Musters (5-fach) bei Auftragserteilung, spätestens aber 4 Wochen vor EVT, und dessen Billigung verbindlich.					
Belegung	Verbreitete Auflage Verarbeitungszuschuss: 4%		Gesamtauflage plus Trägeranzeige mindestens 1/1 Seite (Berechnung lt. Preisliste)		Gesamtauflage plus Verarbeitungszuschuss: 2 %	

Gewichtsabhängige Postgebühren, die bei der Belegung der Gesamtauflage zusätzlich anfallen, sind in diesen Preisen enthalten. Die Preise für Ad Specials können sich erhöhen, falls durch sie die Verarbeitung erschwert wird. Verbund-Ad-Specials sind nach besonderer Vereinbarung möglich.

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE AD SPECIALS

	Beilagen	Beikleber	Beihefter
Formate (Breite x Höhe)	Mindestformat: 105 mm x 148 mm Höchstformat: 200 mm x 255 mm	Mindestformat: 55 mm x 90 mm Höchstformat: 148 mm x 210 mm Stand des Beiklebers: mindestens 3 bis 6 cm vom Bund, sonst 2 cm von allen weiteren Seiten entfernt.	Mindestformat: 105 mm x 148 mm Höchstformat: 210 mm x 265 mm Unbeschnittenes Format: 217 mm (inkl. 4 mm Vorderbeschnitt + 3 mm Bundfräse) x 285 mm (inkl. 5 mm Kopf- und Fußbeschnitt) Beschnittenes Endformat: 210 x 265 mm Die Anlieferung ist im unbeschnittenen Format zur Weiterverarbeitung mit Kopfanlage erforderlich.
Papiergewicht	2-seitige Beilage: min. 115 g/qm 4-seitige Beilage: min. 100 g/qm 6-seitige Beilage: min. 100 g/qm umfangreichere: min. 60 g/qm	Postkarten: min. 135g/qm andere Drucksachen: nach Absprache maximale Dicke: 2 mm	4-seitige Beihefter: 80 - 170 g/qm 8-seitige Beihefter: 70 - 150 g/qm 12-seitige Beihefter: 70 - 135 g/qm 16-seitige Beihefter: 50 - 100 g/qm
Technische Hinweise	Beilagen werden maschinell mit der geschlossenen Seite zum Bund in das Heft eingefügt. Sie müssen als ein Teil verarbeitet werden können und an einer Seite geschlossen sein. Enthalten sie eine angeklebte Postkarte, muss diese seitlich an der geschl. Seite mit einer Streifenleimung angeklebt sein. Enthalten sie ein anderes aufgeklebtes Element, bedürfen sie der Absprache. Eine bestimmte Platzierung kann nicht zugesagt werden. Zickzack gefalzte Beilagen können nicht verarbeitet werden. Bei evtl. auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber den Ad Specials.	Warenproben müssen, 5-fach übereinanderliegend, einen Berstdrucktest von 10 kn für die Dauer von 15 Minuten standhalten und dürfen keine gefährlichen Inhalte haben. Der Verlag muss von allen Ansprüchen Dritter, die sich aus der Beiklebung ergeben könnten, freigestellt werden. Ebenso sind Schäden, die aus der Nichtbeachtung der technischen Anforderungen entstehen, zu ersetzen. Entstehen durch den Beikleber Entsorgungskosten, trägt diese der Auftraggeber. Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber den Ad Specials.	Beihefter, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Werbung erkennbar sind, müssen aus presserechtlichen Gründen mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden (mindestens in 10-Punkt-Versalien). Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber den Ad Specials.
Anlieferung	Ad Specials müssen einwandfrei verarbeitet und in unverschränkten Lagen zu 10 cm abgesetzt, Beihefter mit der Rückseite nach oben, Warenproben in Magazinkartons, transportsicher auf Euro-Paletten verpackt frei Druckerei geliefert werden. NEEF + STUMME GmbH, Schillerstraße 2, 29378 Wittingen. Gewünschte Annahmezeiten: Mo.–Fr. 9.00–16.00 Uhr Die Begleitpapiere müssen Angaben über Absender und Empfänger, Stückzahl der Transporteinheiten, Zeitschriftentitel, Inserent und Heftnummer enthalten. An jeder Verpackungseinheit sollte sichtbar ein Muster angebracht sein. Abweichungen von der Packnorm führen zu Mehrkosten. Eine Wareneingangskontrolle findet nicht statt.		

01
MARKE02
ZIELGRUPPE03
MARKTVERGLEICH04
PRINT05
PREISE UND
RABATTE06
TERMINE07
DIGITAL08
LIVE09
CROSSMEDIA10
KONTAKT

IMPULSE

TERMINE 2019

Heft-Nr.	Monat	Erstverkaufstag	Kalenderwoche	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Anlieferung Ad Specials	Sonderthemen*
02/2019	Februar	31.01.2019	5	03.01.2019	10.01.2019	16.01.2019	
03/2019	März	28.02.2019	9	31.01.2019	07.02.2019	13.02.2019	
04/2019	April	28.03.2019	13	28.02.2019	07.03.2019	13.03.2019	Finanzierung und Förderung
05/2019	Mai	25.04.2019	17	28.03.2019	04.04.2019	09.04.2019	Gründer Spezial
06/2019	Juni	29.05.2019	22	02.05.2019	08.05.2019	13.05.2019	
07+08/2019	Juli	27.06.2019	26	31.05.2019	06.06.2019	13.06.2019	
kompakt 01/2019	Aug. - Okt.	25.07.2019	30	27.06.2019	04.07.2019	11.07.2019	Sonderheft zu Digitalisierung
09/2019	September	29.08.2019	35	01.08.2019	08.08.2019	15.08.2019	
10/2019	Oktober	26.09.2019	39	29.08.2019	05.09.2019	12.09.2019	Energie und Nachhaltigkeit
11/2019	November	31.10.2019	44	04.10.2019	10.10.2019	17.10.2019	
12/2019 + 01/2020	Dezember	28.11.2019	48	31.10.2019	07.11.2019	14.11.2019	Messen und Ausstellungen
kompakt 02/2019	Jan. - März	12.12.2019	50	14.11.2019	21.11.2019	28.11.2019	Sonderheft impulse-kompakt

* Redaktionelle Änderungen vorbehalten. Anzeigenschlusstermin ist gleichzeitig Rücktrittstermin

Informationen zu den weiteren Themen der einzelnen Ausgaben versenden wir regelmäßig ca. 8 Wochen vor Anzeigenschluss in unserem Anzeigen-Newsletter, für den Sie sich gerne hier registrieren können: <https://www.impulse.de/anmeldung-anzeigen-newsletter>

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT



IMPULSE KOMPAKT

GEBÜNDELTES WISSEN impulse kompakt ist das Praxismagazin für Mittelständler, Selbstständige und Gründer, die weiter wachsen wollen. Das Sonderheft, das die besten impulse-Recherchen zu einem Thema bündelt und sie um weitere Texte ergänzt, erscheint zwei Mal im Jahr. Alle Abonnenten erhalten das Magazin, zudem wird es am Kiosk verkauft.



Umfang 92 Seiten
Druckauflage 25 000 Expl.
 Lieferung an Kiosk (Verkauf für 3 Monate), Abo- und Verbandsmitglieder, impulse Events
Erscheinungsweise 2 x im Jahr
Copy-Preis 14,90 Euro
Seitenmaß 210 x 265 mm

DAS BESTE Ob Einblicke in Digitalisierungsstrategien, Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen, die Umsetzung von Kundenbindungsmaßnahmen oder Wachstumsrezepte von Start-ups – all das greift impulse kompakt auf.

Anzeigenformate	Preise
1/1 Seite (Innenteil)	11800,-
1/1 Seite (2. Umschlagseite)	14000,-
1/1 Seite (3. Umschlagseite)	14400,-
1/1 Seite (4. Umschlagseite)	12000,-
1/2 Seite	7400,-
1/3 Seite (neben Editorial oder Inhalt)	5900,-
1/3 Seite (Innenteil)	5000,-

Alle Preisangaben in Euro; die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen. AE-fähig.

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

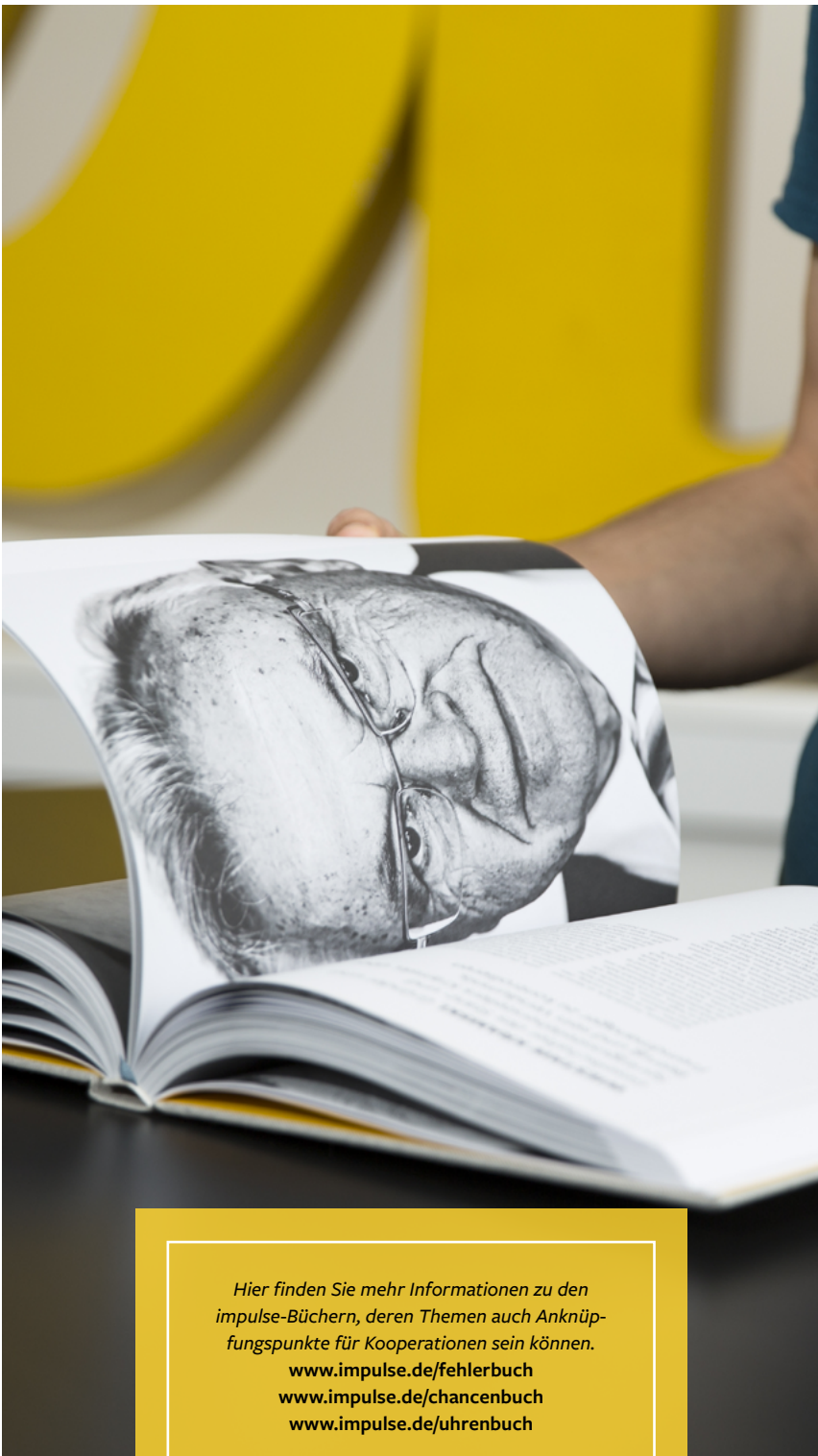
06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT



Hier finden Sie mehr Informationen zu den impulse-Büchern, deren Themen auch Anknüpfungspunkte für Kooperationen sein können.
www.impulse.de/fehlerbuch
www.impulse.de/chancenbuch
www.impulse.de/uhrenbuch

IMPULSE BÜCHER



impulse bringt neben dem Magazin auch hochwertige Bücher heraus, um unternehmerische Erfahrungen und Ideen zu vermitteln: den Bestseller: „Mein größter Fehler. Bekenntnisse erfolgreicher Unternehmer“, den Praxisleitfaden „Meine größte Chance. Wie Fehler uns voranbringen“ und das Manufakturen-Buch „Uhren. Handwerkskunst + Unternehmergeist“.



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT



IMPULSE DIGITAL

impulse.de ist DAS Portal für Unternehmer – für alle, die durchstarten wollen: mit Tipps zur Mitarbeiterführung, den neuesten Informationen zu Recht und Steuern oder Tricks zur Kundengewinnung.

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT



Liebe am Arbeitsplatz
So bleiben Chefs im Gefühlschaos cool
Getuschel auf dem Flur, missbilligende Blicke oder anerkennende Schulterklopper - Flirts, Affären und Beziehungen können für Unruhe im Team sorgen. Wie Chefs gekonnt damit umgehen. VON OLIVIA SAMNICK [Lesen](#)



Krankenstandsanalyse
Die 5 häufigsten Gründe, warum Mitarbeiter sich krankmelden
Migräne, Erkältung oder Überarbeitung? Oft tappen Chefs im Dunkeln, wenn Mitarbeiter sich krankmelden. Die häufigsten Erkrankungen, wegen denen Arbeitnehmer 2018 gefehlt haben. VON LISA BÜNTEMEYER [Lesen](#)



Schlafmangel
Der eine Produktivitätskiller, den jeder Unternehmer ignoriert
Fühlen Sie sich tagsüber häufig schlapp und unkonzentriert? Dann können diese 5 Tipps helfen, die alle einen entscheidenden Energielieferanten stoppen. VON KATHRIN HALFWASSEN [Lesen](#)

ANZEIGE

impulse
Ich will auch mehr Umsatz!

IN EIGENER SACHE

KREATIVE ZERSTÖRER
DAS DUEL
START-UPS VS. ETABLIERTE UNTERNEHMEN
JETZT AKTUELLE FOLGE SEHEN!

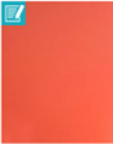
impulse akademie
NÄCHSTER SEMINAR-TERMIN
KALTAKQUISE
18. Februar in Hamburg
JETZT BUCHEN

UNSER SHOP FÜR UNTERNEHMER »

Der Newsletter für Unternehmer
+ handfestes Know-How
+ Erfolgsrezepte
+ montags bis freitags
E-Mail
Jetzt anmelden
Datenschutz **impulse**

impulse
SILICON VALLEY
UNTERNEHMER-REISE 2019
DIE UNTERNEHMERREISE
FRÜHJAHR & HERBST 2019
MEHR ERFAHREN

impulse
DER RECHTS-NEWSLETTER
URTEILE, DIE SIE KENNEN SOLLTEN
VON ANDREAS KURZ
anmelden!



DIGITAL Mittelständler lieben Papier und schätzen deshalb das gedruckte Magazin. Und doch nutzen sie zunehmend auch digitale Kanäle: Über die Website und Social-Media-Kanäle erhalten sie praxisnahe Tipps für ihre Firma – und treten in Kontakt mit der Redaktion

IMPULSE WEBSEITE

UNSERE RUBRIKEN

- MANAGEMENT**
- RECHT + STEUERN**
- TEAMFÜHRUNG**
- FINANZEN**
- MARKETING**
- DIGITALISIERUNG**
- SELBSTMANAGEMENT**
- AUTO**

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE DIGITALER TRAFFIC

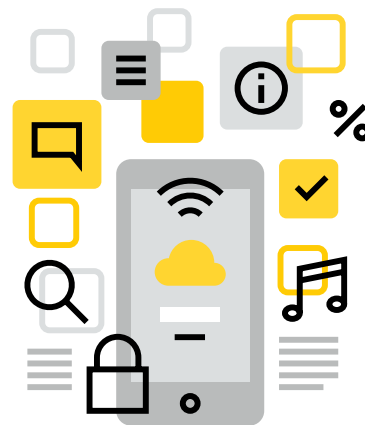
Wir bieten auf impulse.de hilfreiche Informationen für innovative Mittelständler

Stand Januar 2019

1434042
PAGE IMPRESSIONS (IVW)

10000
NEWSLETTER KONTAKTE

32500
SOCIAL-MEDIA-FANS



901250
VISITS (IVW)

570000
UNIQUE USER (AGOF)

UNSERE ZIELGRUPPE: ENTSCHEIDER

→ INHABER

→ GESCHÄFTSFÜHRER

→ VORSTÄNDE

→ FÜHRUNGSKRÄFTE

→ SELBSTSTÄNDIGE

→ GRÜNDER

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

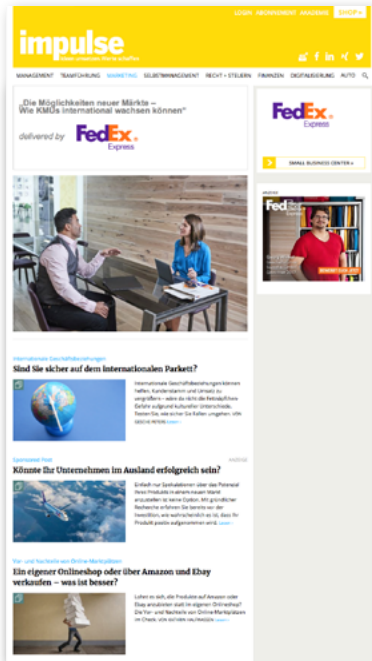
08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE DIGITALE FORMATE

Redaktionell besonders intensiv aufbereitete Specials zu aktuell relevanten Themen geben Ihnen die Möglichkeit, Ihre Werbebotschaft zielgruppengenau und exklusiv auf den Punkt zu bringen. Mit den impulse-Newslettern werden Abonnenten mit tagesaktuellen Themen und nutzwertigen unternehmerischen Inhalten versorgt.



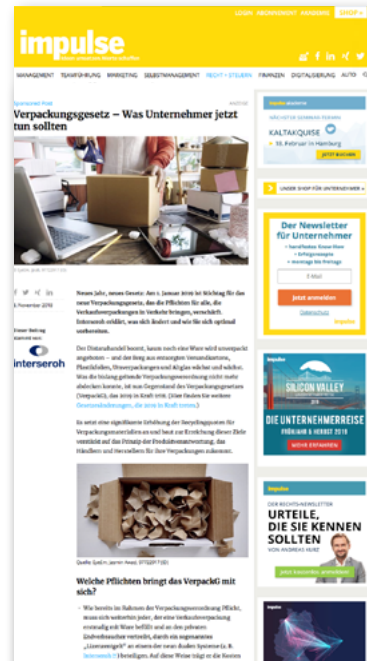
THEMENSponsoring:

Dauer: 1 Monat (wir empfehlen mindestens 2 Monate Laufzeit)
Inhalt: Sponsoring redaktioneller Schwerpunkte
Preis: ab 11.900 Euro im Monat



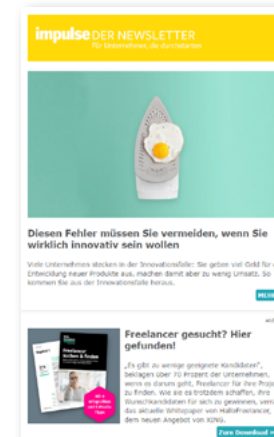
BRAND HUB:

Dauer: 1 Monat (wir empfehlen mindestens 2 Monate Laufzeit)
Inhalt: Pro Monat bis zu 4 Sponsored Posts auf einer Seite mit Redaktionsinhalten, kompletter Newsflow (Social Media Push, Newsletter, Mobile)
Preis: ab 11.900 Euro im Monat



SPONSORED POST:

Dauer: 24 Stunden redaktioneller Teaser auf Startseite, 1 Jahr SEO-relevant, Newsletter-Teaser, Social Media Push
Preis: 1.990 Euro, Refresh 790 Euro



NEWSLETTER-ANZEIGE:

Empfänger: 11.000 (Unternehmer-News), erscheint Mo - Fr
Preis: 150 TAP, Paket-Angebot: 5 Aussendungen zum Preis von 2

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE

DIGITALE NUTZER

Für alle Fragen zur Buchung von Werbebannern auf impulse.de und Kombi-Paketen bestehend aus Bannern, Online- und Sonderformaten wenden Sie sich bitte an unseren Partner:

Business Advertising GmbH, Kronprinzenstr. 82-84, 40217 Düsseldorf
www.businessad.de, e-mail: werbung@businessad.de

SOZIODEMOGRAFIE

Geschlecht	Nutzeranteil in Prozent	Affinitäts-Index
Männer	46	94
Frauen	54	106
Alter		
20-29 Jahre	19	137
30-39 Jahre	25	176
40-49 Jahre	24	147
50 Jahre und älter	30	30
Jetziger Beruf		
Entscheider		148
HHNE		
3000 Euro und mehr	46	125
4000 Euro und mehr	26	127

01

MARKE

02

ZIELGRUPPE

03

MARKTVERGLEICH

04

PRINT

05

PREISE UND RABATTE

06

TERMINE

07

DIGITAL

08

LIVE

09

CROSSMEDIA

10

KONTAKT

IMPULSE APP

MOBILE Jede Anzeige im Heft erscheint auch in der impulse-App inklusive Verlinkung zur Homepage/Landing Page des Anzeigenkunden.



IHRE APP-VORTEILE

Doppelte Präsenz: Print und App
Erschließung neuer Zielgruppen
Werbung kann maßgeschneidert an App-User angepasst werden
Inspiration über impulse – mobil mit der App

OPTIONALE EINBINDUNGSMÖGLICHKEITEN*

TV-Spots: mp4-Datei bis 20 MB
Audiomaterial: mp3-Datei
Bilder, Bildergalerien: jpeg
Hintergrundinformationen

01

MARKE

02

ZIELGRUPPE

03

MARKTVERGLEICH

04

PRINT

05

PREISE UND
RABATTE

06

TERMINE

07

DIGITAL

08

LIVE

09

CROSSMEDIA

10

KONTAKT



IMPULSE **LIVE**

Unternehmerische Impulse lassen sich auch persönlich vermitteln, indem Menschen aufeinandertreffen, die Ideen mit Herzblut vorantreiben und von den Erfahrungen anderer profitieren möchten. Wie bei impulse.

01

MARKE

02

ZIELGRUPPE

03

MARKTVERGLEICH

04

PRINT

05

PREISE UND
RABATTE

06

TERMINE

07

DIGITAL

08

LIVE

09

CROSSMEDIA

10

KONTAKT



ERLEBEN *Wie lassen sich unternehmerische Impulse am besten vermitteln? Manchmal hilft es, Menschen zu treffen, die für ihre Ideen brennen – und es schaffen, auch andere Menschen anzustecken. impulse bietet inzwischen ein ganzes Spektrum an Unternehmer-Veranstaltungen an: Firmenbesuche bei Weltmarktführern, impulse-Akademie-Seminare, Konferenzen oder auch mehrtägige Unternehmerreisen zu Schweizer Manufakturen oder ins Silicon Valley.*

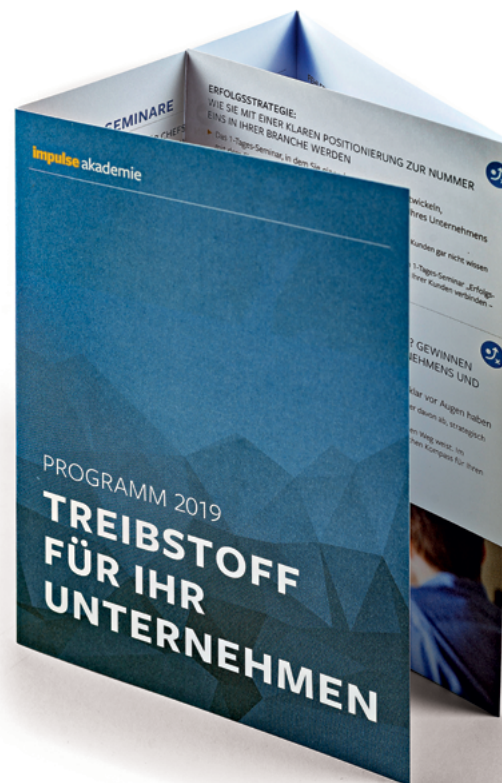




2015, zwei Jahre nach dem Management-Buy-out, gründete Nikolaus Förster die impulse-Akademie: In praxisnahen Seminaren mit maximal zehn Teilnehmern werden Themen rund um Führung, Marketing und Strategie vermittelt – mit Kursen in Hamburg, München, Düsseldorf und Stuttgart.

IMPULSE AKADEMIE

Fundierte Informationen können einiges bewegen. Manchmal aber braucht man ausgewiesene Experten und andere Unternehmer als Sparringspartner, um einen Schritt voranzukommen. Das ermöglicht seit 2015 die impulse-Akademie: mit Kunden vom Gründer bis zum DAX-Konzern. Das Motto: „Bringen Sie Ihr Unternehmen aufs nächste Level!“. Inhouse-Seminare können im Rahmen von Kooperationen individuell abgestimmt werden.



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT



IMPULSE NETZWERKTREFFEN

impulse öffnet die Türen zu Deutschlands spannendsten Mittelständlern: Zu diesen „Netzwerktreffen“ – ob zu Miele oder Rügenwalder Mühle, Ritter Sport oder Leica – kommen jeweils bis zu 30 impulse-Leser. Das Ziel: von den Besten zu lernen. 2019 im Programm: Faber-Castell, Stihl, Wellendorff, Märklin und die Königliche Porzellanmanufaktur Nymphenburg.



B | BRAUN



NOMOS
GLASHÜTTE



vitra.



märklin

OLYMP



fielmann

VIESMANN



HAUFE.

KÄRCHER

CLAAS

DACHSER
Intelligent Logistics

EUROPA PARK
FREIZEITPARK & ERLEBNIS-RESORT

FACKELMANN

GMUND
PAPIER

Wellendorff



Burmester

Miele

fischer
innovative solutions

HINTER DEN KULISSEN An den Netzwerktreffen können jeweils maximal 30 Unternehmer teilnehmen. Sie treffen vor Ort den Inhaber, hier Sebastian Koepfel vom Safthersteller Beckers Bester, und entwickeln eigene neue Ideen.

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

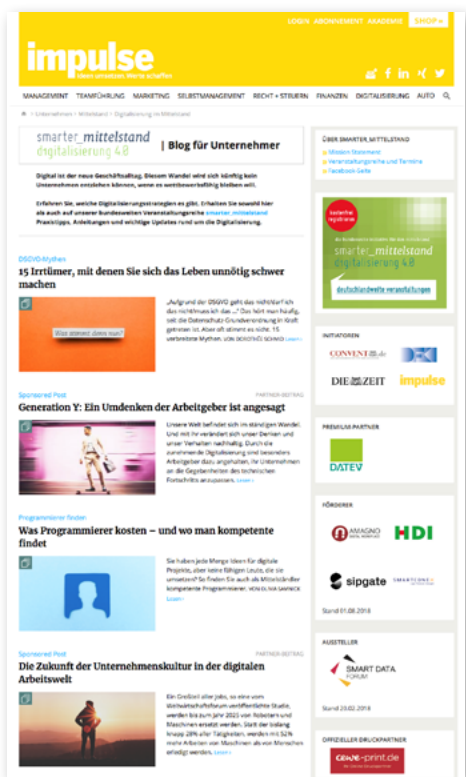


DIGITALISIERUNG Smarter-Mittelstand-Sponsoren haben die Chance, sich in sechs Städten inhaltlich zu präsentieren – mit Vorträgen, Workshops und Messeständen. Zudem können sie sich mit Gastbeiträgen auf impulse.de profilieren.

IMPULSE

SMARTER MITTELSTAND

Seit 2016 veranstaltet impulse mit Convent, dem ZEIT-Verlag und Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz die Digitalisierungsinitiative „Smarter Mittelstand“: In sechs Städten kommen jeweils 250 Unternehmer zusammen, um sich zu informieren und auszutauschen. Sponsorenpakete auf Anfrage.



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT



KONFERENZEN Auf der impulse-Konferenz in Essen diskutierte impulse-Verleger Nikolaus Förster (r.) unter anderem mit dem Fitnessunternehmer Werner Kieser (z. v. r.) und Media-Markt-Mitgründer Walter Gunz (z. v. l.): Wie gelingt es, aus Fehlern zu lernen?

IMPULSE KONFERENZEN

Inspirierende Redner, praxisnahe Workshops und eine Atmosphäre, in der Unternehmer offen und auf Augenhöhe miteinander reden – das macht die impulse-Konferenzen aus: zuletzt zu den Themen Wachstum, Kundenbindung und Fehlerkultur. Für Sponsoren gibt es die Möglichkeit einer inhaltlichen Einbindung. Sponsorenpakete auf Anfrage.



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

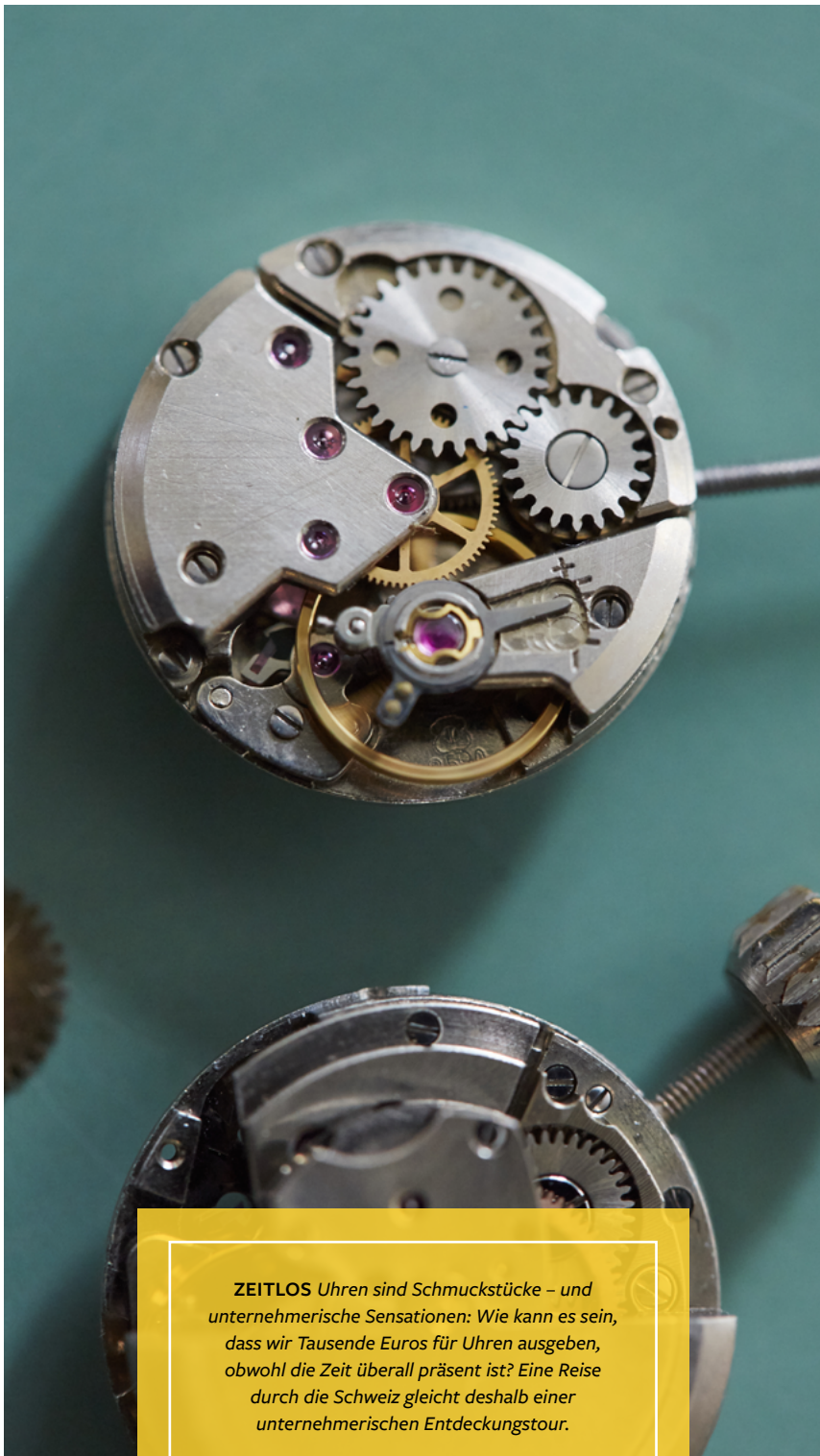
06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT



ZEITLOS Uhren sind Schmuckstücke – und unternehmerische Sensationen: Wie kann es sein, dass wir Tausende Euros für Uhren ausgeben, obwohl die Zeit überall präsent ist? Eine Reise durch die Schweiz gleicht deshalb einer unternehmerischen Entdeckungstour.

SCHWEIZ-REISE MANUFAKTUREN

Zu erleben, wie Schweizer Uhren gefertigt werden, und sich mit Inhabern und Managern der Branche über unternehmerische Fragen auszutauschen – das bieten die exklusiven viertägigen impulse-Reisen quer durch die Schweiz bis nach Genf. Auf dem Programm stehen jeweils acht Manufakturen: von Start-ups über Konzerntöchter bis zu Familienunternehmen.



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT



GOLDEN GATE BRIDGE Kalifornien zieht Talente aus aller Welt an: Wissenschaftler, Investoren und Gründer. Nirgendwo sonst gibt es solch eine spektakuläre Kombination aus Kapital, Wissen und risikofreudiger Start-up-Mentalität.

USA-REISE

SILICON VALLEY

Im Süden der San Francisco Bay Area sind die bedeutendsten IT- und High-Tech-Firmen der Welt entstanden: Was hier entwickelt wird, bestimmt unsere Zukunft. impulse bietet gemeinsam mit seinem Partner tempus einwöchige Reisen in das innovativste Tal der Welt an – für Unternehmer, die die Digitalisierung erfolgreich meistern möchten.



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT



IMPULSE **CROSSMEDIA**

Print? Digital? Oder Live? impulse entwickelt immer wieder preisgekrönte Formate, die alle Kanäle nutzen, um unternehmerische Impulse zu vermitteln – und damit eine besondere Aufmerksamkeit auch für den exklusiven Sponsoringpartner erzielen. Unsere Projekte bieten Unternehmen wertvolle Plattformen und Touchpoints. **Gerne entwickeln wir auch für Sie ein individuelles interaktives Format.**

01

MARKE

02

ZIELGRUPPE

03

MARKTVERGLEICH

04

PRINT

05

PREISE UND
RABATTE

06

TERMINE

07

DIGITAL

08

LIVE

09

CROSSMEDIA

10

KONTAKT



FILM AB! Die Video-Serie „Kreative Zerstörer“ wurde 2018 mit dem „Medienpreis Mittelstand“ ausgezeichnet. Eine Jury kürte die aufwändigen Video-Produktionen des impulse-Teams als bestes crossmediales Projekt in Deutschland.



VIDEO-DUELL

KREATIVE ZERSTÖRER

Start-ups können mit ihren Ideen etablierte Unternehmen in die Defensive drängen und ganze Märkte verändern. „Kreative Zerstörung“ hat der schillernde Ökonom Joseph Schumpeter dies einmal genannt. In einer preisgekrönten Video-Duell-Serie lässt impulse seit 2017 Gründer gegen Marktführer zum Duell antreten: www.kreative-zerstoeer.de.



01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

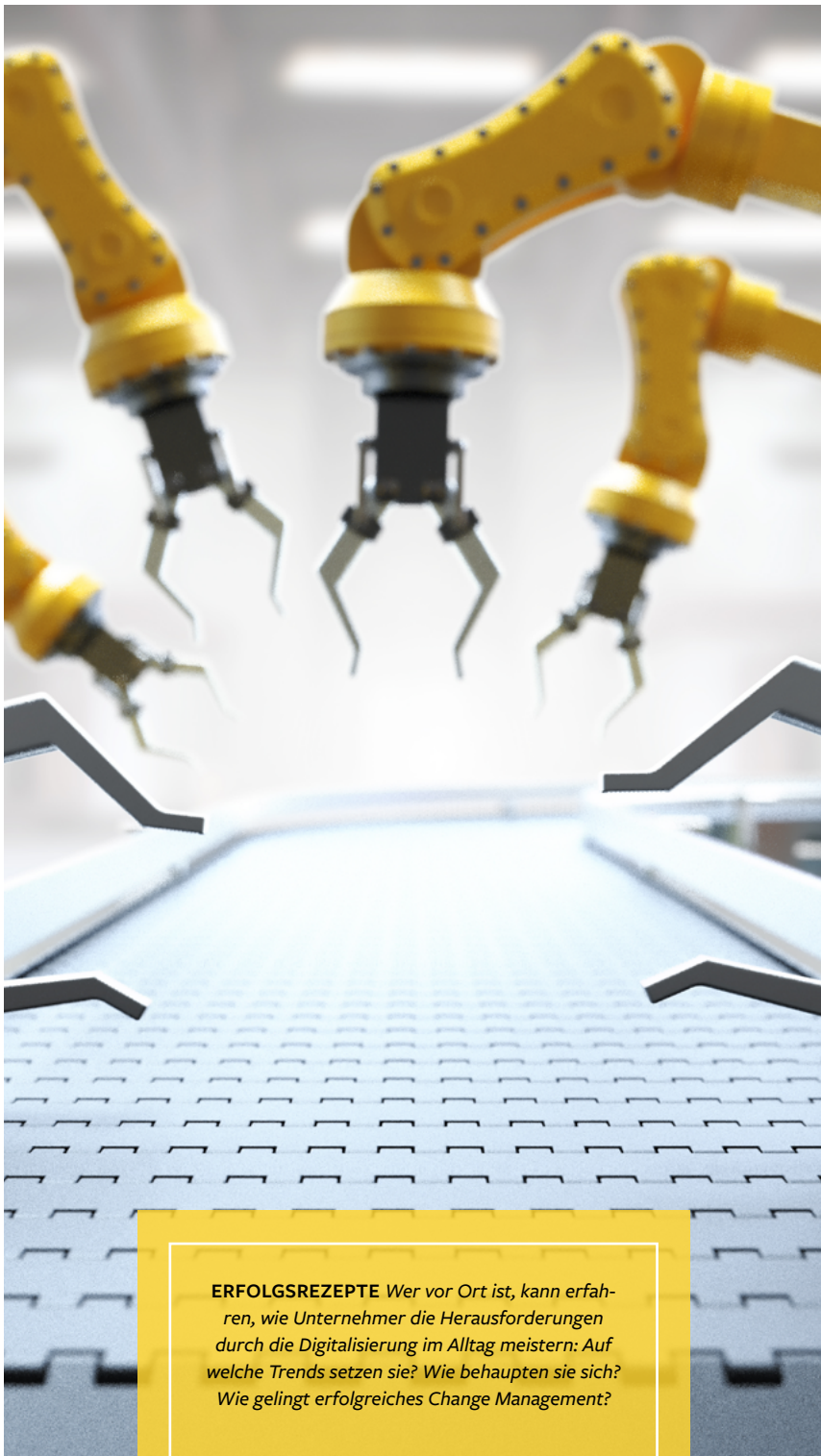
06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT



ERFOLGSREZEPTE *Wer vor Ort ist, kann erfahren, wie Unternehmer die Herausforderungen durch die Digitalisierung im Alltag meistern: Auf welche Trends setzen sie? Wie behaupten sie sich? Wie gelingt erfolgreiches Change Management?*

IMPULSE-TOUR DEUTSCHLAND DIGITAL

Ein impulse-Team reist quer durch Deutschland und besucht 10 Unternehmen, die die Digitalisierung erfolgreich meistern: vom Start-up bis zur Genossenschaft, von der Manufaktur bis zum Familienunternehmen. Neben Live-Events entstehen Filme und ein eigenes Magazin. Einen Einblick bekommen Sie hier: www.impulse.de/deutschland-digital/

impulse

DEUTSCHLAND
DIGITAL
IMPULSE-TOUR
2019

DIGITALE IMPULSE
VON BORKUM BIS BERCHTESGADEN
1.-5. APRIL 2019

Im Frühjahr durchquert ein impulse-Team ganz Deutschland. Auf einer Strecke von 1000 Kilometern besuchen wir innovative Firmen, die die Digitalisierung erfolgreich meistern, und laden zum Austausch ein. Details zum Programm folgen im Februar.

Sie haben Interesse, bei einzelnen Stationen dabei zu sein oder über das Projekt auf dem Laufenden gehalten zu werden? Dann rufen Sie uns an: 040/6094522-77 oder mailen Sie uns: kundenbetreuung@impulse.de.

presented by

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE

07
DIGITAL

08
LIVE

09
CROSSMEDIA

10
KONTAKT

IMPULSE KONTAKT



Impulse Medien GmbH
Industriehof
Hammerbrookstr. 93
D-20097 Hamburg
Tel. +49 40 60 94 52 277
Geschäftsführer:
Dr. Nikolaus Förster

SALES MANAGERIN

Merle Aguilar
aguilar.merle@impulse.de
+49 40 60 94 52 254

CAMPAIGN & AD MANAGERIN

Cathleen Kliche
kliche.cathleen@impulse.de
+49 40 60 94 52 224

LIFESTYLE-ANZEIGEN

Wencke von der Heydt
Inspiring Network GmbH & Co. KG
w.vd.heydt@inspiring-network.com
+49 40 60 02 88 741

AUFTRAGSERTEILUNG

Erscheinungsweise
Erstverkaufstag
Copypreis
PZN
Durchschnittlich verbreitete Auflage

anzeigen@impulse.de
10 x im Jahr* (plus 2 Sonderausgaben impulse kompakt**)
Letzter Donnerstag des Monats
24,90 Euro (Stand: April 2019)
505 027
12 500 Exemplare (Stand: April 2019)

DRUCKUNTERLAGEN

Die aktuellen und verbindlichen technischen Angaben finden Sie unter: www.duon-portal.de
Die zentrale digitale Druckunterlagenannahme erfolgt über www.duon-portal.de



Zahlungsbedingungen:

Rechnungen sind am Erstverkaufstag der Ausgabe fällig, in der die Anzeige veröffentlicht wird. Bei Vorauszahlungen, die in voller Höhe vor dem Erstverkaufstag beim Verlag eingehen, wird 2% Skonto gewährt, es sei denn, es bestehen noch ältere Verlagsforderungen. Bei Sonderrabatten wird kein Skonto gewährt, Bankeinzugsverfahren ist vereinbar. Bei Überschreitung des Zahlungsziels werden alle weiteren offenstehenden Rechnungen sofort fällig, unabhängig von den früher gewährten Zahlungszielen. Gemäß den geltenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden Verzugszinsen in Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositions-Kredite berechnet.

Geschäftsbedingungen:

Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die Zahlungs- und Geschäftsbedingungen, die beim Verlag zu beziehen oder unter impulse.de/mediadaten einzusehen sind. Aufgrund steuerlicher Vorschriften bitten wir bei Auftragserteilung um Angabe der Steuernummer und / oder der Umsatzsteuer-ID. Die in dieser Preisliste aufgeführten Angaben können unterjährig aktualisiert werden; den jeweils letzten, verbindlichen Stand dieser Preisliste finden Sie unter: impulse.de/mediadaten oder unter pz-online.de.



WISSEN, WAS ZÄHLT
Geprüfte Auflage
Klare Basis für den Werbetreibenden

*Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.

**Die Sonderausgaben impulse kompakt unterliegen nicht der IVW-Auflagenkontrolle

01
MARKE

02
ZIELGRUPPE

03
MARKTVERGLEICH

04
PRINT

05
PREISE UND
RABATTE

06
TERMINE


07
DIGITAL


08
LIVE

09
CROSSMEDIA


10
KONTAKT

DANK

 impulse.de
impulse.de/ueber-uns


 impulse.de/shop

 impulse.de/akademie


 kreative-zerstoerer.de

 facebook.com/impulse

 twitter.com/impulse_inside

 impulse.de/youtube

 impulse.de/xing

 impulse.de/linkedin

 impulse.de/browserapp