

Baureportagen / Firmenjubiläen

Baureportagen sind kommerzielle Sonderseiten. Neu- und Umbauten werden mit Text und Bild einer breiten Öffentlichkeit präsentiert. Solche Reportagen vermitteln der Leserschaft Informationen und Einblicke, welche über den allgemeinen Rahmen hinausgehen, den die Werbung normalerweise ermöglicht.

Das Ziel einer Baureportage ist primär Imagepflege und ermöglicht an dem Bau beteiligten Unternehmen, nachhaltig Nutzen aus dem Bauauftrag zu ziehen. Der Inhalt ist grundsätzlich frei.

Den Schwerpunkt bilden in der Regel Berichte der Bauherrschaft, allenfalls begleitet durch Beiträge von Ämtern und Firmen mit neuen Techniken, Fotoaufnahmen des Baus: Aussen- und Innenansicht, Details, Massnahmen in entscheidenden Herstellungsphasen und andere Situationen von Neu-/Umbauten.

In enger Zusammenarbeit mit dem Kunden, einem Redaktor und der Anzeigenabteilung wird die Baureportage realisiert.

RICHTLINIEN ZUR UMSETZUNG VON BAUREPORTAGEN

Umfang

Davoser / Klosterser / Prättigauer Kombi	2 – 3 Seiten (Panoramaseite)
«Davoser Zeitung»	2 – 3 Seiten (Panoramaseite)
«Klosterser Zeitung» / «Prättigauer Post»	2 – 3 Seiten (Panoramaseite)

Finanzierung / Logopräsenz

40 % durch die Bauherrschaft / mit Logo	
Davoser / Klosterser / Prättigauer Kombi	Fr. 2600.– / beinhaltet Anzeigengrösse: max. 1/8-Seite
«Davoser Zeitung»	Fr. 2000.– / beinhaltet Anzeigengrösse: max. 1/8-Seite
«Klosterser Zeitung» / «Prättigauer Post»	Fr. 1400.– / beinhaltet Anzeigengrösse: max. 1/8-Seite

60 % durch die Handwerker / nur Adressblock

Davoser / Klosterser / Prättigauer Kombi	Fr. 190.– / * wenn mind. 25 Unternehmen auf Handwerkerliste
«Davoser Zeitung»	Fr. 170.– / * wenn mind. 25 Unternehmen auf Handwerkerliste
«Klosterser Zeitung» / «Prättigauer Post»	Fr. 80.– / * wenn mind. 25 Unternehmen auf Handwerkerliste

Alle Preise verstehen sich zuzüglich 8 % MwSt. Auf der Baureportage besteht ein Copyright. Das Verwendungsrecht für einen anderen Titel kann mit Fr. 500.– abgegolten werden.

*pro Firma

Inhalt / Stil

Keine direkte Anrede der Leserschaft. Kein allzu marktschreierischer Stil mit Superlativen. Text mit Spitzmarke (Übertitel) und Haupttitel versehen. Der Verlag behält sich vor, den Text stilistisch den redaktionellen Richtlinien anzupassen oder gegebenenfalls zurückzuweisen. Am Bau beteiligte Unternehmen dürfen keine Logo-Werbung machen.

Bewerbung Baureportage

Die Handwerker werden durch die Werbemacher beworben. Die Adressliste (als Excel-Datei mit Angabe der Firmen, Ansprechpartner, genaue Adresse, Telefon und Mail) wird vom Bauherrn den Werbemachern digital zur Verfügung gestellt. Die am Bau beteiligten Unternehmen dürfen keine Logo-Werbung machen.

Bilder

Lieferung der Bilder wenn möglich digital (mind. 300 dpi) per Mail oder auf Datenträger mit Bildlegenden versehen.

Termine

Damit der Auftrag mit der nötigen Sorgfalt bearbeitet werden kann, müssen sämtliche Unterlagen (Handwerkerliste, Bild, Text, Logos) 30 Arbeitstage vor Erscheinen der Baureportage im Besitz des Verlages sein.

Kontakt

Unser Team steht Ihnen für die erfolgreiche Umsetzung Ihrer Baureportage gerne zur Verfügung.

