

VEGANUARY

MEETS MEDIA IMPACT

MEETS

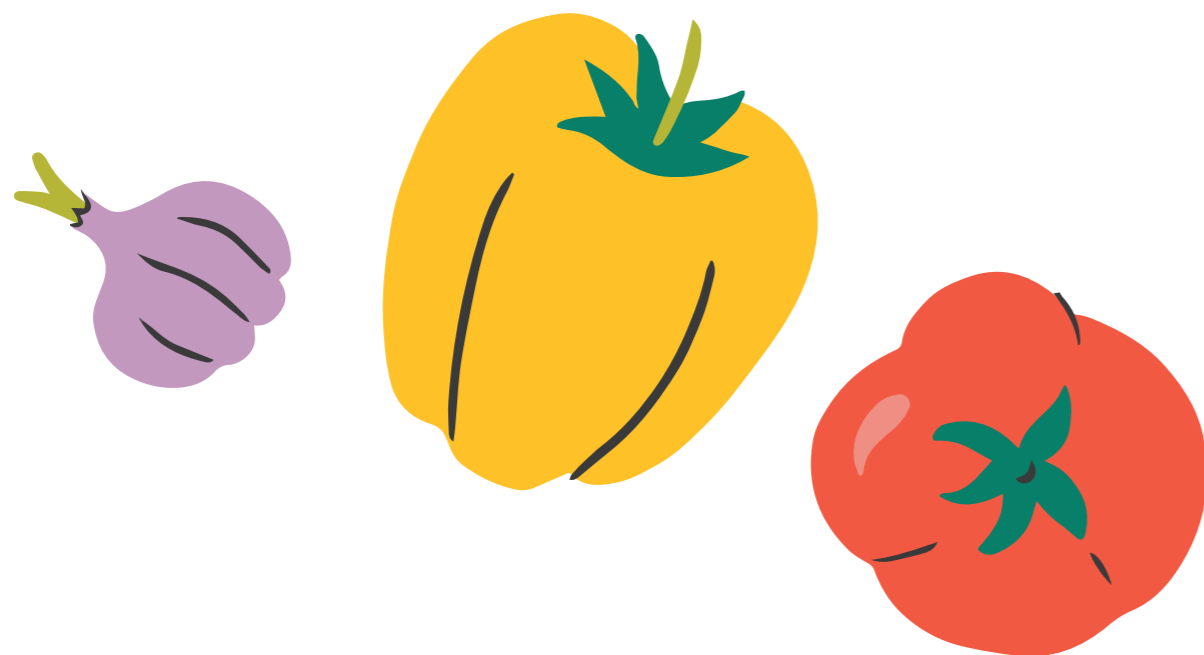
YOU




EURE VISION IST UNSERE MISSION

Verbraucher fordern bei handeltreibenden Firmen aktiv Lösungen ein, die Sie in Ihrem Alltagskonsum befähigen, selbst einen positiven Beitrag zu Umwelt und Gesellschaft zu leisten. Unternehmen, die Ihre Innovationskraft einsetzen, um das Verbraucherverhalten mit einem positiven Impact auf Natur und Gesellschaft aufzuladen, entwickeln langfristig einen strategischen Vorteil.

Gemeinsam mit **VEGANUARY**  wollen wir eine positive, zukunftsgerichtete Kommunikation ermöglichen, um der Veganen Community eine größere Plattform zu bieten.



WIR MÖCHTEN BEWEGEN, VERÄNDERN UND EINEN BEITRAG LEISTEN.

Wir, als unterstützende Teilnehmer von **VEGANUARY** ,
bieten Euch medienübergreifende Möglichkeiten der starken Positionierung
als innovative Unternehmen und Produzenten, die sich für vegane Ernährung stark machen.

Und deshalb legen wir all unseren Fokus am **08. und 09. Januar 2022** auf das Thema „**Vegane Ernährung**“.
Mit einem redaktionellen Special und digitaler Verlängerungen in unsere affine Nutzerschaft, erreichen wir die deutsche
Bevölkerung mit themenspezifischem Content und wichtigen Botschaften im ganzen Januar.

Gemeinsam geben wir VEGANISMUS eine Plattform.

WELT AM SONNTAG BIETET EUCH EINE PLATTFORM

WELT AM SONNTAG

Welt

.de



media **impact**—

UNSER POTENZIAL

welt AM SONNTAG

welt .de

610.000 Tsd.* **18,91 Mio.***

*Flexitarier/ Personen ohne besonderen Ernährungsstil auf WELT AM SONNTAG und WELT.de

460.000 Tsd.

12,23 Mio.

Bezeichnen sich selbst als Genießer.¹

130.000 Tsd.

2,34 Mio.

Sind Verwender von vegetarischen oder veganen Fleischersatzprodukten.²

410.000 Tsd.

11,7 Mio.

Achten auf eine gesunde und ausgewogene Ernährung.³

Es befinden sich überdurchschnittlich viele Verwender von veganen Fleischersatzprodukten unter den WamS-Lesern im Vergleich zur deutschen Bevölkerung.

AFFINITÄTSINDEX 182



10.12.21 AS

31.12.21 DU

08./09.01.22 ET

VEGANUARY IN WELT AM SONNTAG

DIE THEMEN IM SPECIAL

- Was bringt ein veganer Schnuppermonat? (Erfahrungsberichte; Was bringt Veganismus auf Zeit? Wie fällt der Einstieg nach den Feiertagen leicht? Was motiviert?)
- Mit Genuss essen (Kochstunde mit einer veganen Köchin)
- Zu Besuch in einer veganen Käserei / auf einem veganen Weingut
- Vegan verreisen – in Eigenregie und in der Gruppe
- Mehr als nur essen: Auch bei der Einrichtung, in der Mode und selbst beim Autokauf kann man vegan leben
- Stark im Sport: Für Athleten hat vegane Ernährung viele Vorteile



WELT

WELT AM SONNTAG

media **impact**

REDAKTIONELLES SPECIAL

VEGANUARY IN DER WELT AM SONNTAG

Warum meinen Menschen, im Januar plötzlich ihr Leben umkrempeln zu müssen? Oder überhaupt: das zu können? Es ist doch ganz simpel: Der lustvolle Genuss von exzellentem Fleisch und Spitzenweinen, wie ihn unsere WELT AM SONNTAG-Leser schätzen, macht einfach noch mehr Spaß, wenn wir ein paar Wochen darauf verzichten.

In diesem redaktionellen Special möchten wir unsere Leser dazu inspirieren, sich vier Wochen lang vegan zu ernähren, denn das kann hervorragend schmecken und uns ein neues Körpergefühl schenken.

Unsere WELT-Redaktion ist verantwortlich für den Inhalt dieses Specials und berichtet frei und unabhängig, um ein glaubwürdiges Umfeld zu schaffen. Profitieren Sie von der crossmedialen Marktführerschaft der WELT mit einer Netto-Reichweite von 29,15 Mio. Lesern.



VEGANUARY AUF WELT.DE

WELT.DE: GESUND IM JANUAR!

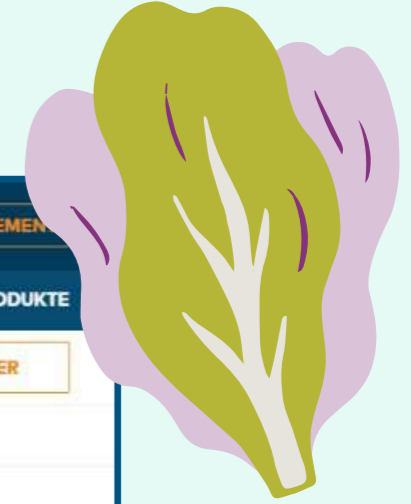
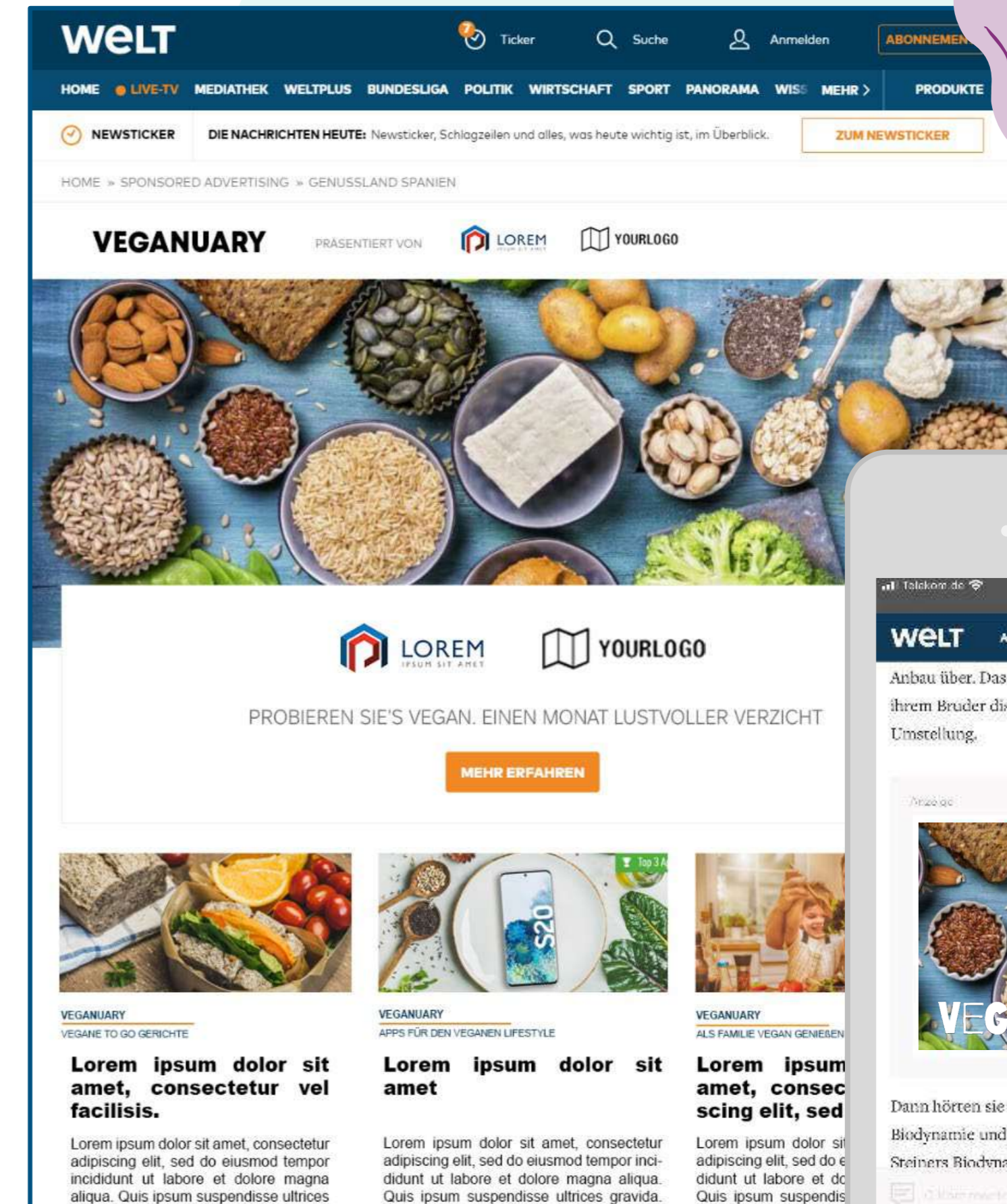
Die Inhalte aus der Sonderbeilage im Januar verlängern wir digital auf WELT.de und schaffen so ein in dem Zeitraum sehr relevantes und crossmediales Themenumfeld. Über den gesamten Januar hinweg publiziert die WELT-Redaktion aufwändig produzierte Artikel (inkl. Bewegtbildmaterial) rund um das Thema der vegetarischen und veganen Ernährung.

Die Details:

Über den Header- und Footer-Bereich integrieren wir die Werbepartner aufmerksamkeitsstark als Sponsor des Specials auf WELT.de.

Awareness und Performance stehen durch individuelle trafficzuführende Werbemittel (Sitebar + Mobile Medium Rectangle) auf WELT.de im Fokus.

Über unsere Social-Media-Kanäle aktivieren wir unsere Community.

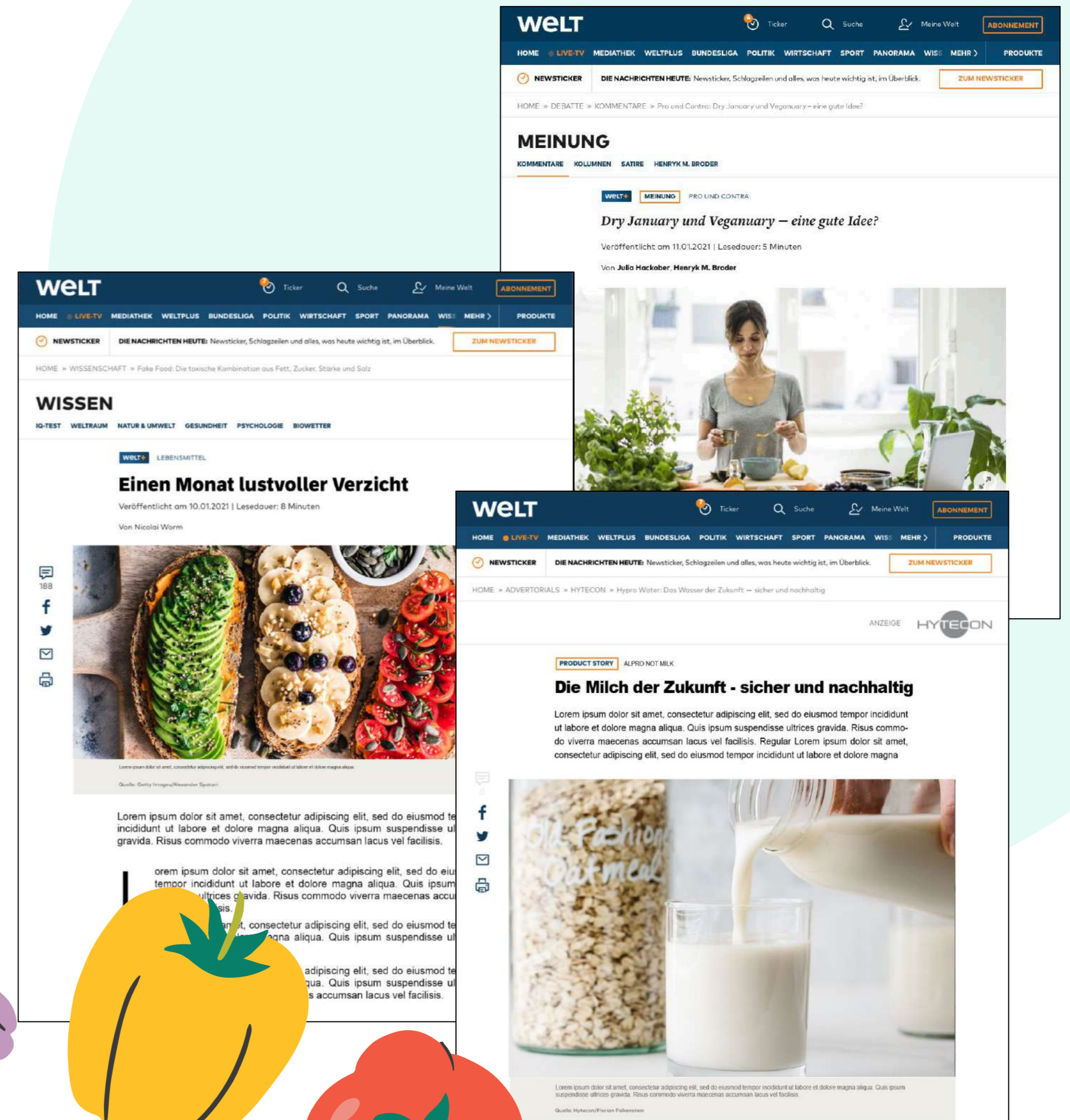
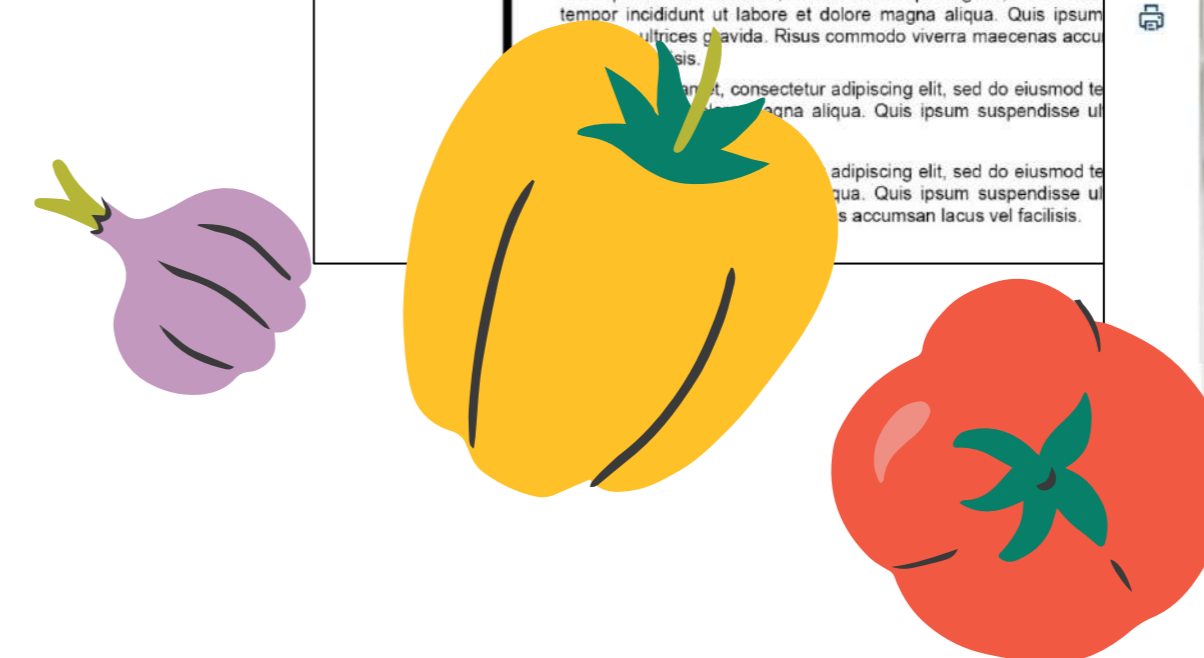


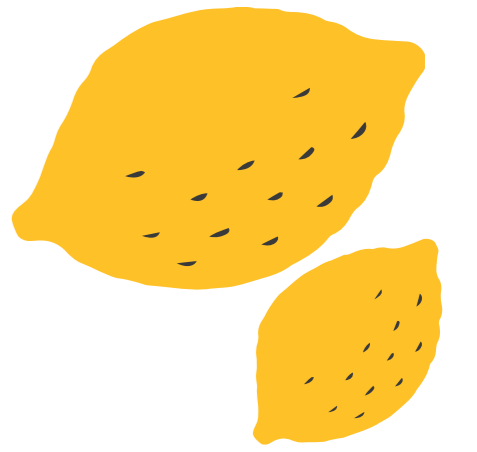
PRODUCT STORY AUF WELT.DE

Wir haben uns gefragt: Wie können wir WELT-Leser dazu bringen, sich für neue vegetarische und vegane Produkte zu begeistern? Am besten geht das über eine Empfehlung von WELT, nachdem wir die Produkte selbst getestet und für sehr gut befunden haben!

Der klare Vorteil für unsere Werbekunden: Wir garantieren Ihnen in unseren Product-Storys Page Views und zu den passenden Werbemitteln eine ganze Menge Ad-Impressions.

Zusätzlich sorgen wir über die Social-Media-Kanäle von WELT für ordentlichen Social-Buzz und treten mit unserer WELT-Community in den Dialog. Das sorgt nicht nur für ein enormes Engagement, das liefert Ihnen auch spannende Insights zu den Fragen, die unsere Leser, User und Zuschauer zum Thema vegane/vegetarische Ernährung interessieren.





MEDIAPAKETE



PAKET S

1 x 1/4 Seite in
WELT AM SONNTAG
(Sa./So.) im redaktionellen
Special

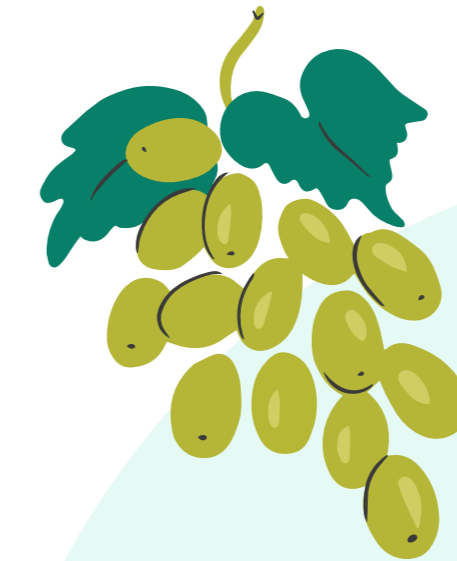
Paketpreis Brutto
31.944,00 €



PAKET M

1 x 1/4 Seite in
WELT AM SONNTAG (Sa./So.) im
redaktionellen Special
+
Crossmediales Sonderthema auf
WELT.de, multichannel, 250.000 Als /
2 – 4 Wochen

Paketpreis Brutto
53.444,00 €
zzgl. Kreativekosten 3.400,00 €



PAKET L

1 x 1/2 Seite in WELT AM
SONNTAG (Sa./So.) im
redaktionellen Special
+
WELT Product Story
AI 4,7 Mio. / PageViews 12.000 /
min. 4 Wochen

Paketpreis Brutto
92.175,00 €
zzgl. Kreativekosten 6.000,00 €

Die Umsetzung sowie der Umfang des Specials ist abhängig vom Gesamtumsatz der Einzelschaltungen. Belegungseinheit WELT AM SONNTAG = WELT AM SONNTAG am Sa. + WELT AM SONNTAG am So. inkl. WELT AM SONNTAG Kompakt. Die Preise sind rabattbildend und -nehmend. 15 % AE-Provision wird bei Buchung über eine von uns anerkannte Werbeagentur gewährt. Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt. Für die Durchführung des Auftrages gilt die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung jeweils aktuell geltende Preisliste einschließlich der allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages. Preisänderungen in 2022 möglich. Kreativekosten sind nicht rabatt- und AE-fähig. Weitere Formate auf Anfrage möglich.


Wir unterbreiten Ihnen
gern individuelle
Kundenangebote.



PREISE

WELT AM SONNTAG (Sa./So.) im redaktionellen Special

Formate	Bruttopreise 2022*
1/1 Seite	81.312 €
1/2 Seite	45.175 €
1/4 Seite	31.944 €
2sp. x 100 mm <small>(92,0 mm) / 100 mm hoch (Platzierung im Kollektiv)</small>	3.850€*



WELT.de CROSSMEDIALES THEMENSPECIAL (Paket S)

Laufzeit 2 – 4 Wochen,
multichannel

250.000
Ad
Impressions

Preis: 21.500,00 € **



WELT PRODUCT STORY (Paket M)

min. 4 Wochen

garantierte
Ad Impressions
4,7 Mio. /
garantierte
Page Views
12.000

Preis: 47.000,00 € ***



Weitere Formate der jeweils gültigen Preislisten sind möglich.

Die Umsetzung sowie der Umfang des Specials ist abhängig vom Gesamtumsatz der Einzelschaltungen. Belegungseinheit WELT AM SONNTAG = WELT AM SONNTAG am Sa. + WELT AM SONNTAG am So. inkl. WELT AM SONNTAG Kompakt.

Die Preise sind rabattbildend und -nehmend. 15 % AE-Provision wird bei Buchung über eine von uns anerkannte Werbeagentur gewährt. Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

Für die Durchführung des Auftrages gilt die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung jeweils aktuell geltende Preisliste einschließlich der allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages.

Preisänderungen in 2022 möglich. Kreativekosten sind nicht rabatt- und AE-fähig.

*Keine Alleinstellung. Preise im Kollektiv sind Festpreise und nicht rabattfähig.

BILD AM SONNTAG BIETET EUCH EINE PLATTFORM



UNSER POTENZIAL



5,94 Mio.*

*Flexitarier/ Personen ohne besonderen Ernährungsstil auf BILD.de und BILD am SONNTAG

3,27 Mio.

dieser Nutzer bezeichnen sich selbst als Genießer.¹

600.000 Tsd.

dieser Nutzer sind Verwender von vegetarischen oder veganen Fleischersatzprodukten.²

3,11 Mio.

dieser Nutzer achten auf eine gesunde und ausgewogene Ernährung.³

Es befinden sich überdurchschnittlich viele Verwender von veganen Fleischersatzprodukten unter den Bild.de-Usern im Vergleich zur deutschen Bevölkerung.

AFFINITÄTSINDEX 110



19,41 Mio.*

12,51 Mio.

2,42 Mio.

11,81 Mio.



REDAKTIONELLES SONDERHEFT

Veganismus und ein bewusster, nachhaltiger Lebensstil sind mittlerweile mehr als nur ein Trend. Viele Menschen haben längst die Entscheidung getroffen, ihr Leben umzustellen.

Mit dem redaktionellen Spezial von BILD am SONNTAG möchten wir unsere Leser ermutigen, sich mit Veganismus auseinander zu setzen, mehr zu erfahren, sich vielleicht sogar inspirieren zu lassen, diese Lebensweise auszuprobieren. Wir wollen mit Vorurteilen aufräumen und zeigen wie jede/r seine passende Nische finden kann. In der Ernährung, aber auch in vielen anderen veganen Themenbereichen darüber hinaus.



DIE THEMEN IM SONDERHEFT

In unserem Sonderheft zeigen wir die große Themenvielfalt des Veganismus und dass er mehr als nur pflanzliche Ernährung bedeutet!

Auf folgende Themen dürfen sich unsere Leser u.a. freuen:

- Inhaltsstoffe: Auf welche Bestandteile oder Herstellungsweisen muss geachtet werden?
- Hersteller: Wer produziert was und wo sind die Produkte erhältlich?
- Prominente Vorbilder: Vom Spitzensportler bis zum Schauspieler
- Interview mit Niko Rittenau „Vegan ist Unsinn“
- Was bedeutet Vegan in der Automobilindustrie?
- Fashion: Vegane Alternativen von großen Herstellern

10.12.21 AS

28.12.21 DU

09.01.22 ET



VEGANUARY AUF BILD.DE

DIGITALE THEMENBÜHNE

Wir verlängern das Thema, erweitern die Zielgruppe und vergrößern die Reichweite:

Die Inhalte des Sonderhefts von BILD am SONNTAG zum „Veganuary“ finden ebenfalls digital auf BILD.de statt.

Eine redaktionelle Themenbühne fasst alle Artikel zum Thema „vegan/ pflanzliche Ernährung“ zusammen und bündelt diese dort für einen Zeitraum von 2 Wochen.

Zusätzlich haben wir so die Möglichkeit, unseren Partner auf eine vielseitige Weise zu integrieren.

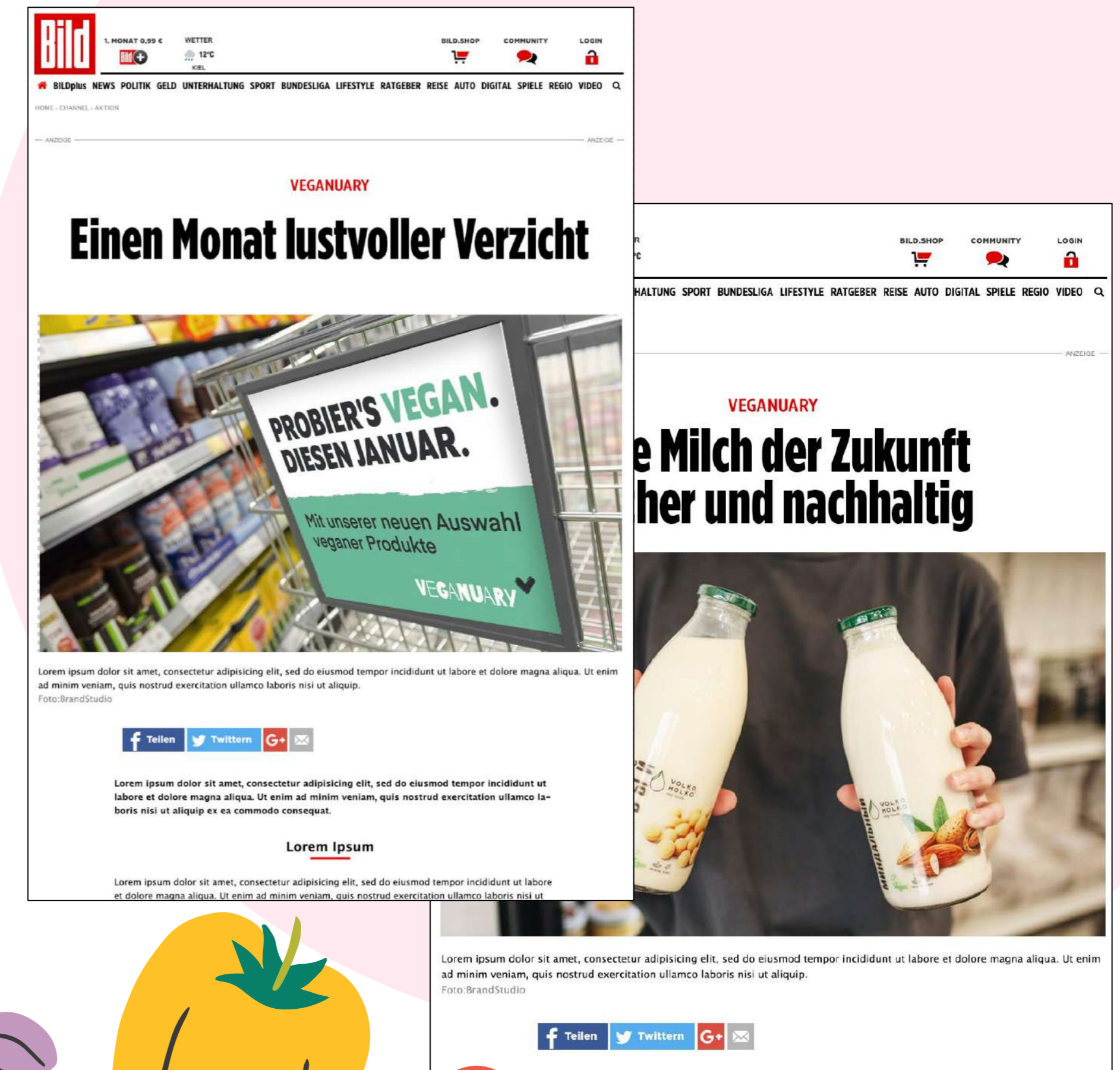


PRODUCT STORY AUF BILD.DE

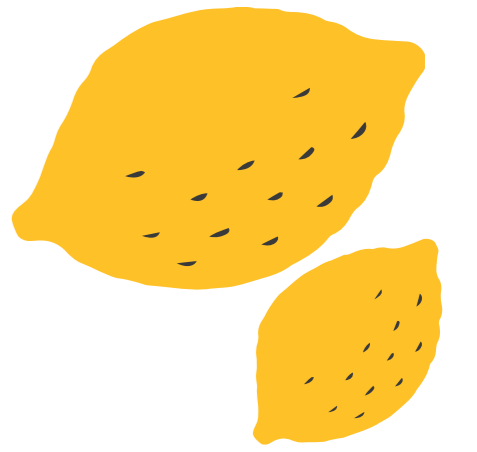
Vegetarische und Vegane Ernährung finden auch auf BILD immer mehr Platz. Für viele Nutzer ist diese alternative Ernährungsweise kein Verzicht, sondern ein Zugewinn.

Der klare Vorteil für unsere Werbekunden: Wir garantieren Ihnen in unseren Product-Storys Page Views und zu den passenden Werbemitteln eine ganze Menge Ad-Impressions.

Zusätzlich sorgen wir über die Social-Media-Kanäle von BILD für ordentlichen Social-Buzz und treten mit unseren BILD-Fans in den Dialog. Das sorgt nicht nur für ein enormes Engagement, das liefert Ihnen auch spannende Insights zu den Fragen, die unsere Leser, User und Zuschauer zum Thema vegane/vegetarische Ernährung interessieren.



VEGANUARY IN BILD AM SONNTAG UND AUF BILD.DE



MEDIAPAKETE



PAKET S

1x 9/16 Seite
im „Veganuary“-Sonderheft
in BILD am SONNTAG

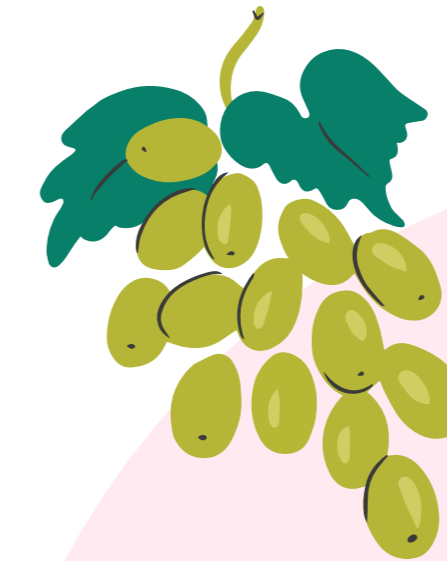
Paketpreis Brutto
78.500,00 €



PAKET M

1x 9/16 Seite
im „Veganuary“-Sonderheft in BILD am
SONNTAG
+
Themenspecial auf BILD.de
Bestandteile siehe Preischart, Laufzeit
2 Wochen

Paketpreis Brutto
124.250,00 €
zzgl. Gestaltungskosten *



PAKET L

1x 9/16 Seite
im „Veganuary“-Sonderheft in
BILD am SONNTAG
+
Themenspecial auf BILD.de
Bestandteile siehe Preischart,
Laufzeit 2 Wochen
+
Product Story auf BILD.de
Bestandteile siehe Preischart,
Laufzeit 2 Wochen

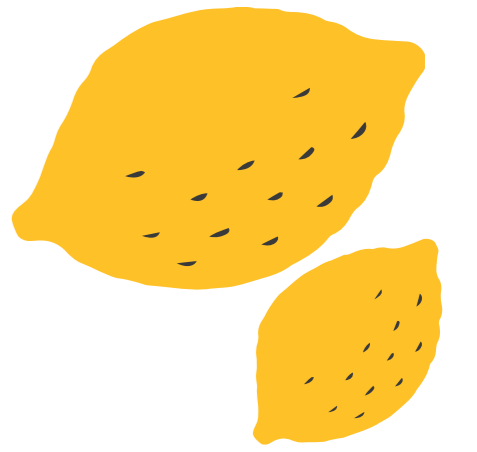
Paketpreis Brutto
179.250,00 €
zzgl. Gestaltungskosten *

Die Preise sind rabattbildend und -nehmend. 15 % AE-Provision wird bei Buchung über eine von uns anerkannte Werbeagentur gewährt. Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.
Für die Durchführung des Auftrages gilt die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung jeweils aktuell geltende Preisliste einschließlich der allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages.
*Kreationskosten 6.000€ (nicht SR- oder AE-fähig) / kann nur mit mindestens drei Kunden in Rotation umgesetzt werden



media **impact**

PREISE



SONDERHEFT IN BILD AM SONNTAG

Formate	Bruttopreise 2022*
1/1 Seite	102.800 €
9/16 Seite	78.500 €
1/2 Seite	70.600 €
1/4 Seite	38.900 €

Die Umsetzung sowie der Umfang des Sonderheftes ist abhängig vom Gesamtumsatz der Einzelschaltungen.



BILD THEMENSPECIAL

Bestandteile (Laufzeit 2 Wochen)

In Rotation ausgespielte Mediaflächen auf Themenbühne (Dynamic Sitebar/ Interscroller, Medium Rectangle und Contentbar)	300.000 Ad Impressions
Contentnahe Integration in redaktionellen Artikeln (u.a. Textlinks)	
Sponsoring Header und Logo Integration	300.000 Artikelabrufe

Preis: 45.750 € brutto **



BILD PRODUCT STORY

Bestandteile (Laufzeit 2 Wochen)

Facebook Posts	20.000 Views
Medium Rectangle Multiscreen ROS und Run of BILD Home	6.2 Mio. Ad Impressions
Contentbar BILD Home	

Preis: 55.000 € brutto **

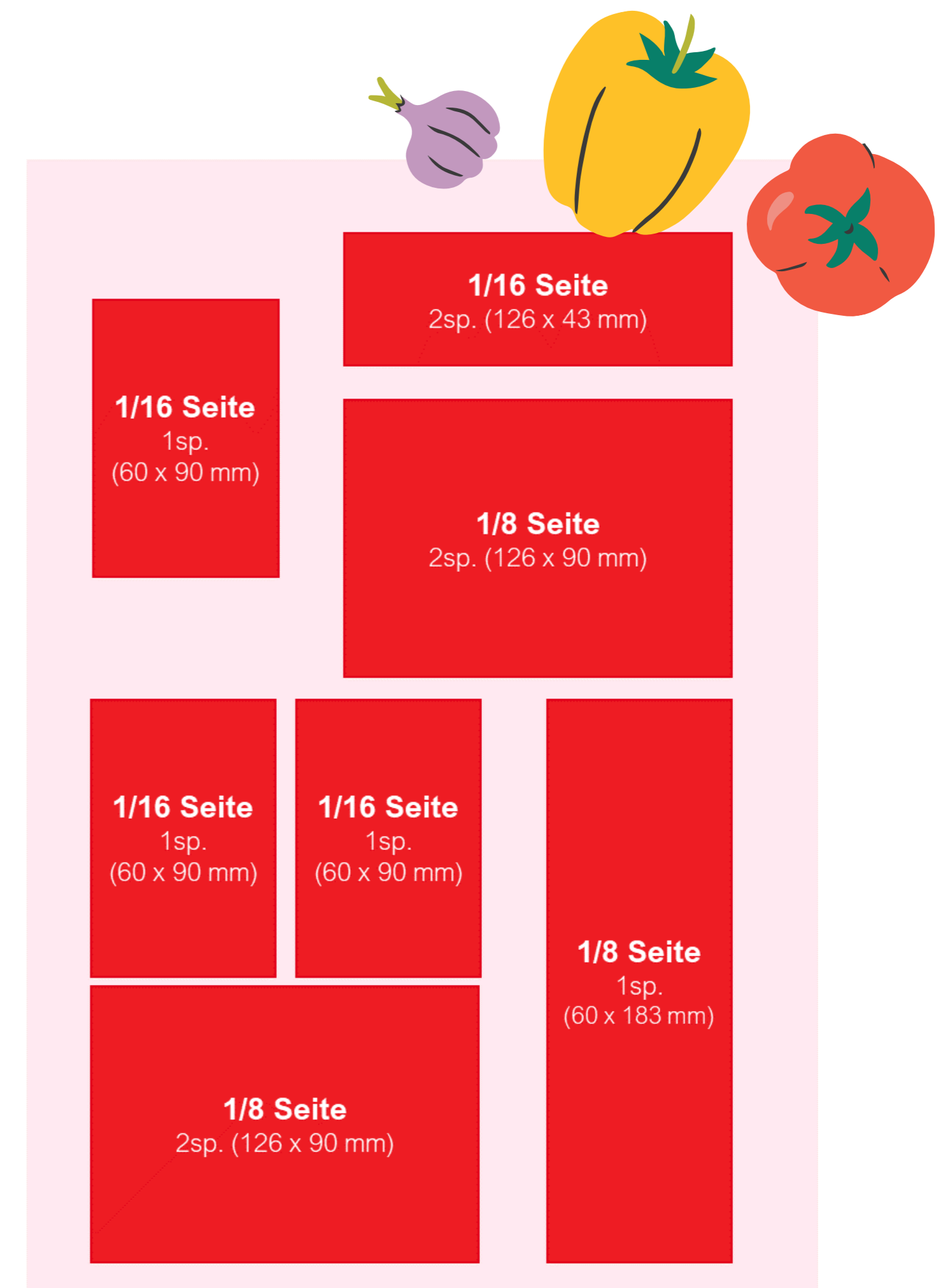


PREISE KOLLEKTIVSEITE

Im „Veganuary“-Sonderheft in BILD am SONNTAG bieten wir Kunden die Möglichkeit, sich mit einem kleinen Anzeigenformat zum attraktiven Festpreis auf einer Kollektivseite zu präsentieren.

Zur Auswahl stehen folgende Formatvarianten:

	Formate	Bruttopreise 2022	Netto2- Festpreis
1/8 Seite	1sp. (60 x 183 mm) / 2sp. (126 x 90 mm)	20.200 €	5.000 €
1/16 Seite	1sp. (60 x 90 mm) / 2sp. (126 x 43 mm)	10.310 €	3.000 €



beispielhafte Darstellung der Kollektivseite

VEGANUARY AUF FITBOOK

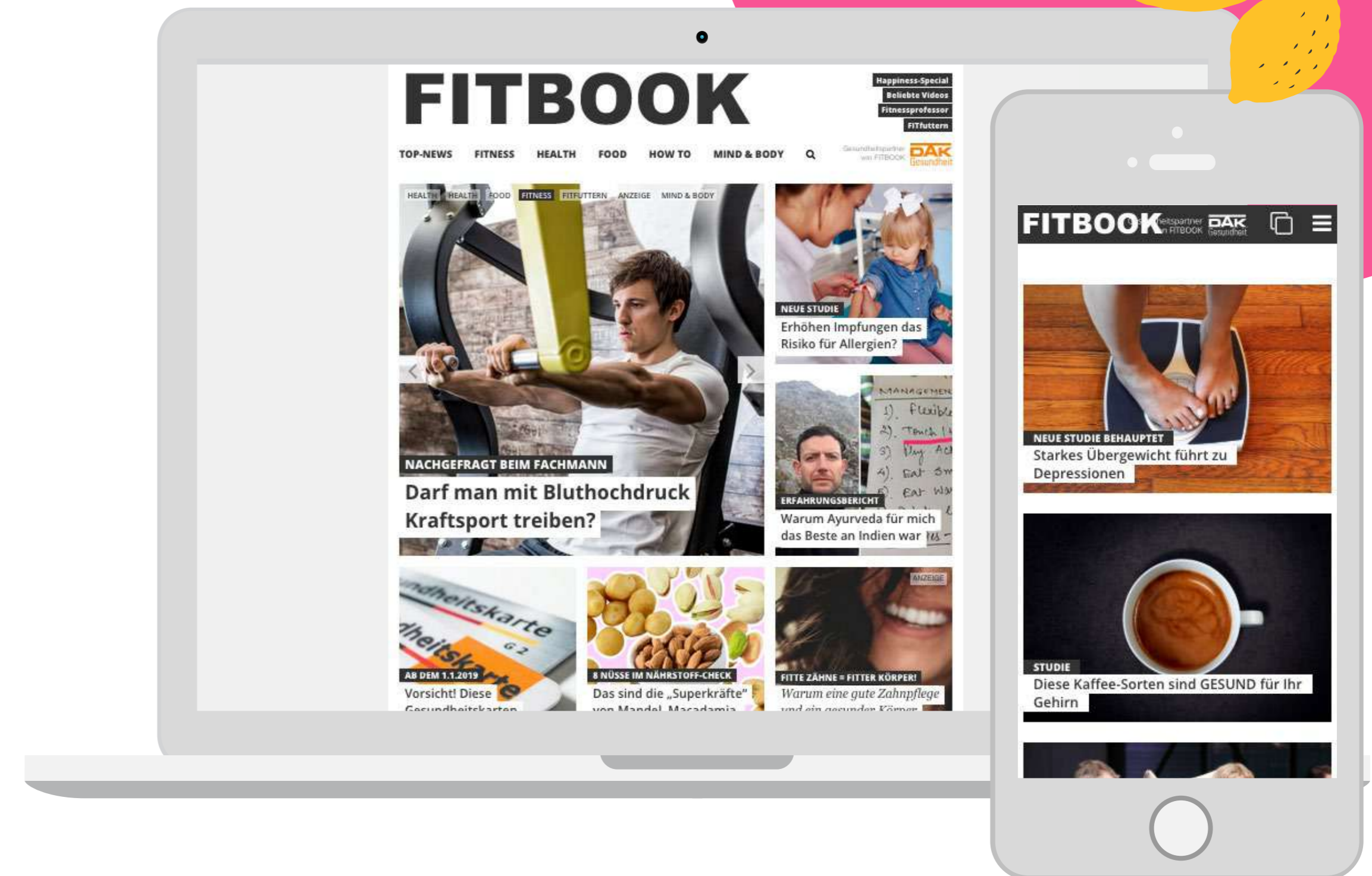
DIE ERGÄNZUNG AUF UNSEREM FITNESS & HEALTH-PORTAL

FITBOOK ist frischer **Qualitätsjournalismus für Fitness- und Health-Themen** – für jeden verständlich.

FITBOOK gibt Orientierung und ordnet Themen meinungsstark und wissenschaftlich ein – der Großteil der Artikel enthält Expertenmeinungen von Ärzten, Sportlern, Wissenschaftlern und Innovationsforschern

FITBOOK gibt Inspiration und **Anleitung** für ein gesünderes und fitteres Leben mit Unterstützung von Sportlern, Stars und Influencern

FITBOOK – aktiver leben.

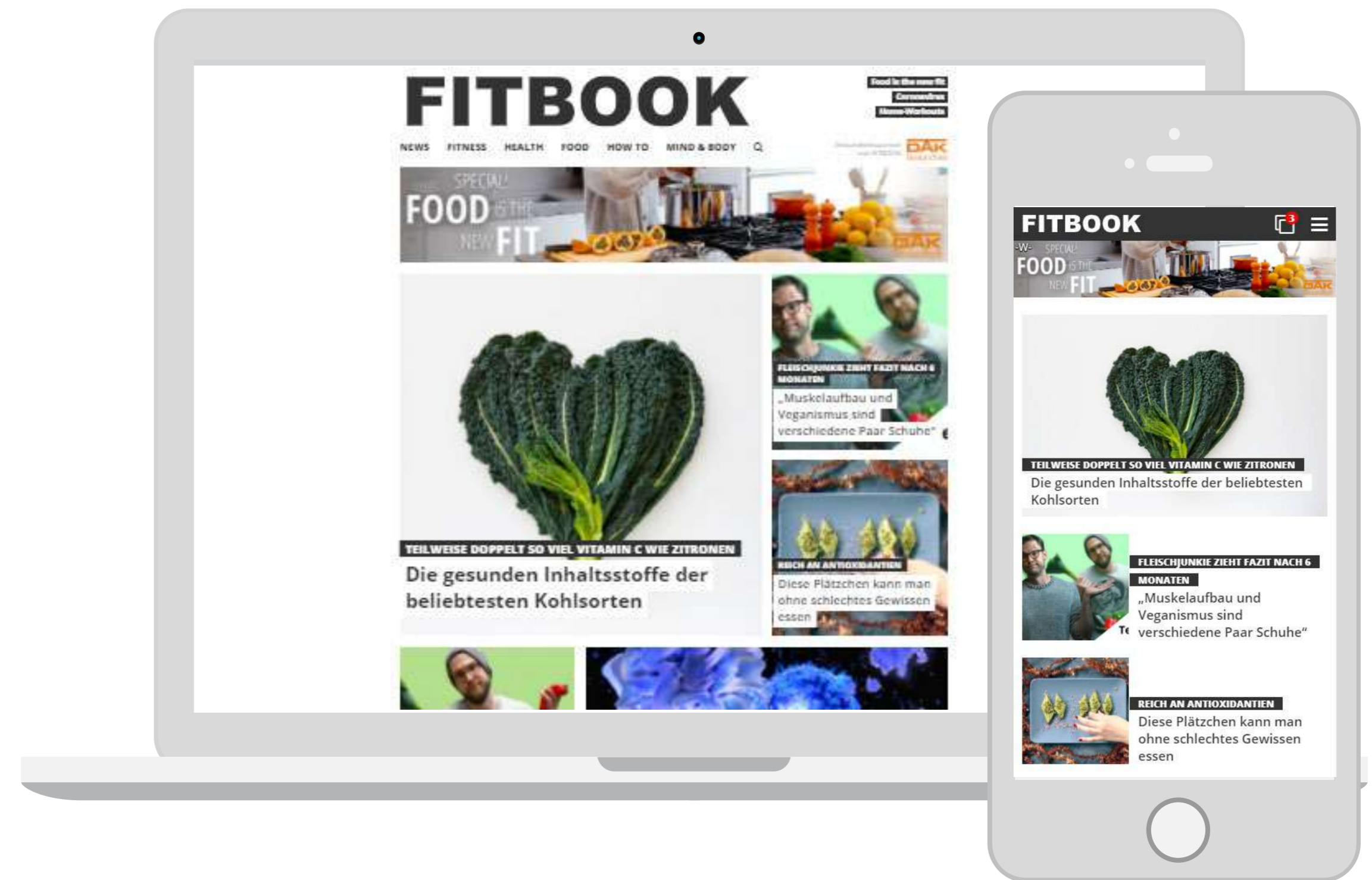


THEMEN-SPECIAL

Sie präsentieren exklusiv für 4 Wochen ein Themenspecial Ihrer Wahl.

Dabei wird Ihre Marke contentnah innerhalb von FITBOOK eingebunden. Die Special Bühne mit hochwertigen redaktionellen Inhalten kann optional durch native Storytelling-Inhalte wie Advertorials oder Brand Stories sowie einer performanten CPC-Kampagne ergänzt werden.

- Exklusive Kundenpräsenz auf Specialstart- und Artikelseiten in Form von Presenting Header & Footer sowie Fireplace od. Sitebar & Mobile Medium Rectangle.
- Trafficzufuhr in Form von AdBundle & Mobile Medium Rectangle, sowie redaktionellem Homepage-Teaser.



THEMEN-SPECIAL S

- 1 Woche
- 300.000 Als

13.000 €*

THEMEN-SPECIAL M

- 2 Woche
- 600.000 Als

23.000 €*

THEMEN-SPECIAL L

- 4 Woche
- 1.200.000 Als

36.000 €*

FUNKE BIETET EUCH EINE PLATTFORM

»»» **FUNKE**
Mediengruppe



UNSER POTENZIAL

»»» **FUNKE**
Mediengruppe

21,27 Mio.*

*Flexitarier/ Personen ohne besonderen Ernährungsstil in der FUNKE Mediengruppe

13,68 Mio.

Bezeichnen sich selbst als Genießer.¹

2,39 Mio.

Sind Verwender von vegetarischen oder veganen Fleischersatzprodukten.²

13,42 Mio.

achten auf eine gesunde und ausgewogene Ernährung.³



INS NEUE JAHR MIT DEN FUNKE TAGESZEITUNGEN

EIN PRINT-SPECIAL MIT ENORMER REICHWEITE!

Umfelder mit echtem Mehrwert für unsere Leser? Haben wir!
Unsere Service-Redaktion erstellt ein Print-Special rund um die vegane oder vegetarische Ernährung im Januar. Was das genau bedeutet? Eine 1/1 Seite hochwertiger journalistischer Content, der inhaltlich zur Anzeige unserer Werbekunden passt!

Das Beste ist: Wir können das Special in allen Zeitungen und Portalen der FUNKE Mediengruppe in NRW, Berlin, Hamburg, Braunschweig und Thüringen platzieren.

Das bietet ein kontinuierliches Umfeld in allen Funke Tageszeitungstiteln mit über 899.662 Exemplaren* und einer GIGA-Reichweite von 3,30 Mio. Lesern**!

Natürlich können die Inhalte des Content-Specials auf Wunsch auch digital gespielt werden.



CONTENT SPECIAL DIGITAL

- Erstellung eines redaktionellen Specials mit Artikeln zu einem Sonder- bzw. Schwerpunktthema auf den FUNKE Markenportalen waz.de, abendblatt.de, morgenpost.de, braunschweiger-zeitung.de und thueringer-allgemeine.de
- Channel-Branding über festplatzierte Multiscreen-Werbemittel: Billboard, Fireplace Ad, Mobile Content Ad 2:1
- Erstellung eines werblichen Artikels (Native Ad) im Look & Feel der Seite inkl. Teaser mit Verlinkung auf der Startseite des Themenspecials
- Begleitendes Media-Paket: Headerfeature, Medium Rectangle stationär/mobil, AdBundle

PAKETINHALT

- inkl. Erstellung Themen Special
- inkl. 5,85 Mio. AI's
- inkl. Presenting-Paket, Teaser- und Artikelstellung
- inkl. CMS-Einpflege und Reporting
- Vorlaufzeit:
Anzeigenschluss 6 Wochen zum Erscheinungstag
Laufzeit 8 Wochen inkl. 4 Wochen aktive Bewerbung

30.100,00 €
Netto* / Netto

DIE WÖCHENTLICHE FUNKE GENUSSSEITE

RUND UM GENUSS

Das wöchentliche Themenspecial EAT CLUB erscheint in allen Tageszeitungen der FUNKE MEDIENGRUPPE. Es liefert exklusive Food-Trends aus der Region und lädt zum Ausprobieren ein.

Mit einer Anzeige erreichen unsere Werbekunden nicht nur eine kaufkräftige, sondern auch themenaffine Leserschaft: 69 % unserer Leser bezeichnen sich selbst als Genießer*.

- Erscheinungsweise: jeden Samstag
- Anzeigenschluss: donnerstags, 14 Uhr
- Reichweite** : Reichweite: 3,30 Mio. Leser
- Auflage*** : 899.662 Exemplare



Genießen

ENTGIEHTUNG IN NUR EINEM TAG

Detox-Day

Eigentlich wollten wir es doch zu Beginn des Jahres vernünftiger angehen lassen – dann lockten doch wieder das typische Essen und der gehaltvolle Drink. Nun heißt die Devise aber wirklich: Auf ins gesunde Leben! Wer ab und zu einen Entgiftungstag einlegt, tankt wieder frisch durchstarten

1. **Essensrichtlinien**
Getrocknete, Müllprodukte und Alkohol sind Standard: pflanzliche Kost hingegen wird bevorzugt. Gegen kalorienreiche Süßigkeiten und Fast Food sollte man sich zurückhalten. Ein Detox-Day ist kein Fasten, sondern ein Tag, an dem man sich von ungesunden Lebensmitteln fernhält.

2. **Wasser trinken**
Um den Körper beim Entgiften zu unterstützen, ist es wichtig, viel Wasser zu trinken. Mindestens zwei bis drei Liter sind zu trinken, um besser zu hydratisieren. Ein Wasserflasche mit Zitrusfrucht und Ingwer kann hier auch eine gute Wahl sein.

3. **Spazieren und frische Luft**
Ein Spaziergang in der Natur ist ein guter Weg, um den Körper zu entspannen und die Verdauung zu fördern. Frische Luft und Bewegung sind ebenfalls wichtige Elemente eines Detox-Tags.

4. **Verzicht auf Stimulanzien**
Koffein, Nikotin und Alkohol sind Stimulanzien, die den Körper belasten und die Verdauung beeinträchtigen können. Ein Detox-Day ist die beste Gelegenheit, um auf diese Substanzen zu verzichten.

5. **Wohl fühlen**
Ein Detox-Day ist kein Fasten, sondern ein Tag, an dem man sich von ungesunden Lebensmitteln fernhält. Es geht darum, sich von ungesunden Lebensmitteln fernzuhalten und sich für gesunde Alternativen zu entscheiden.

44 Hamburger Abendblatt

Samstags, 6. Februar 2021

GENUSS

Die Genussseite

Frühjahrsputz für den Körper

Detox: So klappt Entgiftung in nur einem Tag

Nach dem Winter ist es Zeit für einen Frühjahrsputz für den Körper. Ein Detox-Day ist eine tolle Möglichkeit, um den Körper zu entspannen und die Verdauung zu fördern. Frische Luft und Bewegung sind ebenfalls wichtige Elemente eines Detox-Tags.

1. **Essensrichtlinien**
Getrocknete, Müllprodukte und Alkohol sind Standard: pflanzliche Kost hingegen wird bevorzugt. Gegen kalorienreiche Süßigkeiten und Fast Food sollte man sich zurückhalten. Ein Detox-Day ist kein Fasten, sondern ein Tag, an dem man sich von ungesunden Lebensmitteln fernhält.

2. **Wasser trinken**
Um den Körper beim Entgiften zu unterstützen, ist es wichtig, viel Wasser zu trinken. Mindestens zwei bis drei Liter sind zu trinken, um besser zu hydratisieren. Ein Wasserflasche mit Zitrusfrucht und Ingwer kann hier auch eine gute Wahl sein.

3. **Spazieren und frische Luft**
Ein Spaziergang in der Natur ist ein guter Weg, um den Körper zu entspannen und die Verdauung zu fördern. Frische Luft und Bewegung sind ebenfalls wichtige Elemente eines Detox-Tags.

4. **Verzicht auf Stimulanzien**
Koffein, Nikotin und Alkohol sind Stimulanzien, die den Körper belasten und die Verdauung beeinträchtigen können. Ein Detox-Day ist die beste Gelegenheit, um auf diese Substanzen zu verzichten.

5. **Wohl fühlen**
Ein Detox-Day ist kein Fasten, sondern ein Tag, an dem man sich von ungesunden Lebensmitteln fernhält. Es geht darum, sich von ungesunden Lebensmitteln fernzuhalten und sich für gesunde Alternativen zu entscheiden.

Morgens: Heidelbeer-Smoothie

Für 1 Person
Zubereitungszeit: ca. 20 Minuten

200 g Heidelbeeren waschen und trocken tupfen.
100 g Heidelbeeren waschen und trocken tupfen.
100 g Heidelbeeren waschen und trocken tupfen.
100 g Heidelbeeren waschen und trocken tupfen.
100 g Heidelbeeren waschen und trocken tupfen.

1. **Essensrichtlinien**
Getrocknete, Müllprodukte und Alkohol sind Standard: pflanzliche Kost hingegen wird bevorzugt. Gegen kalorienreiche Süßigkeiten und Fast Food sollte man sich zurückhalten. Ein Detox-Day ist kein Fasten, sondern ein Tag, an dem man sich von ungesunden Lebensmitteln fernhält.

2. **Wasser trinken**
Um den Körper beim Entgiften zu unterstützen, ist es wichtig, viel Wasser zu trinken. Mindestens zwei bis drei Liter sind zu trinken, um besser zu hydratisieren. Ein Wasserflasche mit Zitrusfrucht und Ingwer kann hier auch eine gute Wahl sein.

3. **Spazieren und frische Luft**
Ein Spaziergang in der Natur ist ein guter Weg, um den Körper zu entspannen und die Verdauung zu fördern. Frische Luft und Bewegung sind ebenfalls wichtige Elemente eines Detox-Tags.

4. **Verzicht auf Stimulanzien**
Koffein, Nikotin und Alkohol sind Stimulanzien, die den Körper belasten und die Verdauung beeinträchtigen können. Ein Detox-Day ist die beste Gelegenheit, um auf diese Substanzen zu verzichten.

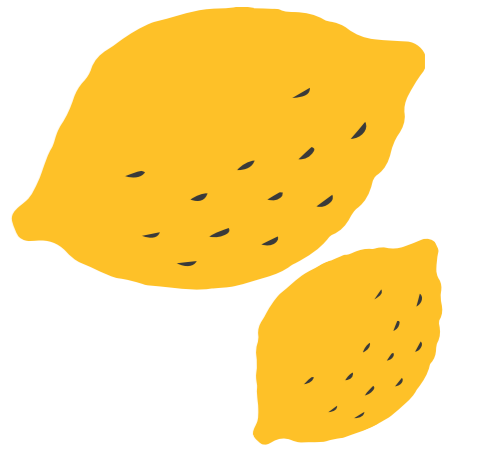
5. **Wohl fühlen**
Ein Detox-Day ist kein Fasten, sondern ein Tag, an dem man sich von ungesunden Lebensmitteln fernhält. Es geht darum, sich von ungesunden Lebensmitteln fernzuhalten und sich für gesunde Alternativen zu entscheiden.

VEGANUARY WELTWEIT

PROBIER VON VEGAN DIESEN JANUAR

VEGANUARY

- Berliner Morgenpost
- BRAUNSCHWEIGER ZEITUNG
- Hamburger Abendblatt
- Thüringer Allgemeine
- WAZ



PREISE

PRINT

CONTENT SPECIAL BASIS-PAKET

1/1 PR-Sonderseite, inkl. Eckfeldanzeige (1.000er Eckfeld, 4c), inkl. Gestaltung und Redaktion

Preis: 65.900 €
Netto/Netto



PRINT

CONTENT SPECIAL PREMIUM-PAKET

1/1 PR-Sonderseite, inkl. Eckfeldanzeige (1.000er Eckfeld, 4c), inkl. Gestaltung und Redaktion plus zusätzlich zum Markenaufbau

6 x Eckfeldanzeige
(1.000er Eckfeld, 4c)

Preis: 201.500 €
Netto/Netto



PRINT

WÖCHENTLICHES THEMENSPECIAL EAT CLUB

1/4 Seite Streifen quer

Preis: 40.000 € *
Netto/Netto



DIGITAL

CONTENT SPECIAL DIGITAL

inkl. Erstellung Themen Special / inkl. 5,85 Mio. AI's / inkl. Presenting-Paket, Teaser- und Artikelstellung / inkl. CMS-Einpflege und Reporting / Laufzeit 8 Wochen inkl. 4 Wochen aktive Bewerbung

Preis: 30.100 € *
Netto/Netto



Weitere Formate der jeweils gültigen Preislisten sind möglich.

BEST CASES



BEST CASE

THE VEGETERIAN BUTCHER

// PRODUCT STORY

CHALLENGE

Ein Fleischliebhaber, der vegetarische Ersatzprodukte herstellt und den deutschen Fleisch-Verbänden beitreten möchte – wie passt das zusammen? Die Product Story auf BILD nimmt sich dieser Frage an und erklärt zusammen mit dem Gründer von The Vegetarian Butcher, dass Vegetarismus nicht gleich Fleisch-Hass ist.

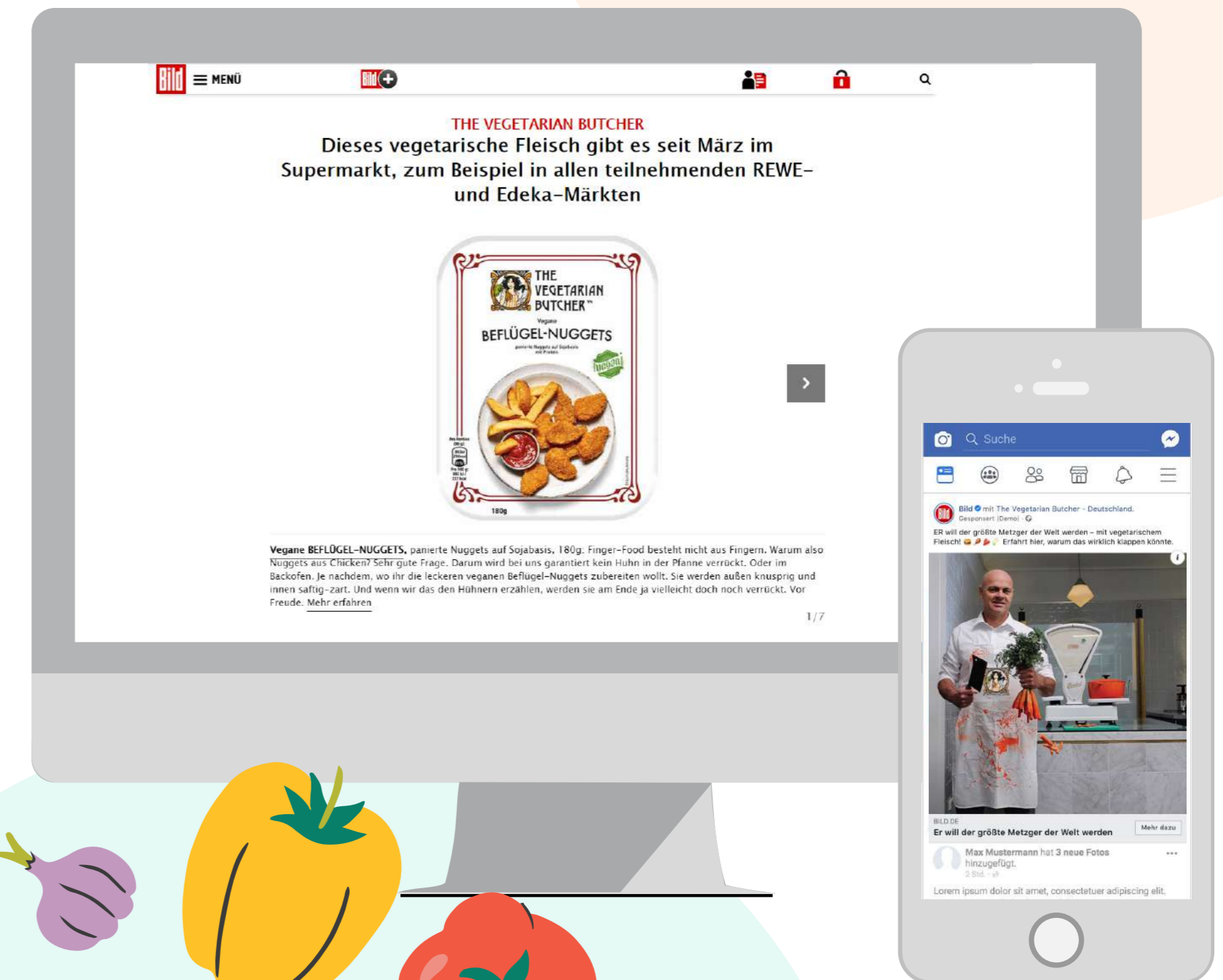
LÖSUNG

Die Product Story erklärt dem User unter Einbindung von Videos und Produktgalerien, warum The Vegetarian Butcher gerade für Fleischliebhaber ein interessantes Produkt ist. Das interaktive Abstimmungstool gibt dabei Auskunft über die Meinungen der User. Link-outs führen den interessierten User auf die Landingpage des vegetarischen Metzgers, wo sie sich weiter informieren können.

42.169 Views
Ø 04:22 Min Verweildauer
13,5 % (FB) Engagement
Rate 2,43 (FB)
CTR



[Hier geht's zur Brand Story](#)



BEST CASE

LIEFERANDO VEGANUARY // BRAND STORY

CHALLENGE

Vegane Ernährung wird bekannter und beliebter, dennoch können sich noch immer viele nichts unter vegan vorstellen und haben noch einige Vorbehalte. Damit räumt die BILD Brand Story von Lieferando.de auf – nativ und zugleich informativ.

LÖSUNG

Die Brand Story wird aufmerksamkeitsstark auf der BILD Home ausgespielt, wodurch Lieferando.de unter den Top News platziert wird. Native Teaser werden direkt im Umfeld redaktioneller Artikel und zusätzlich auf der Home authentisch positioniert. Zusätzlich sorgen Sponsored Posts auf Facebook durch zielgruppenspezifisches Targeting für die Ansprache der Lieferando und Veganuary Zielgruppe.



[Hier geht's zur Brand Story](#)



VEGANUARY



GEMEINSAM GEBEN WIR VEGANISMUS EINE PLATTFORM

WIR GLAUBEN GANZ FEST

AN EUCH, AN UNS
DIE MENSCHHEIT
UND EINEN WANDEL DER ZEIT

GEMEINSAM KÖNNEN WIR ETWAS GROSSES BEWEGEN

DANKE.

welt

welt AM SONNTAG

»»» FUNKE
Mediengruppe

Bild
am Sonntag

Bild

media **impact**—

ANSPRECHPARTNER

DIRECTOR CONSUMER GOODS

Knut G. Müller

+49(0)151 161 57 008

knut.mueller@axelspringer.com

Sabine Grunwald +49(0)15172189268

Martin Baumgardt +49(0)1703753296

Bernhard Baumhus +49(0)172 8117325

Marc-Christian Lautner +49(0)15127747462

FMCG@axelspringer.com