

Neues Layout für Anzeigen-Sonderveröffentlichungen

Klare Struktur – einheitliches Gestaltungskonzept

Lokale Sonderveröffentlichungen und Anzeigenkollektive zählen zu den wichtigsten Umsatzmotoren im Anzeigengeschäft der Verlagshäuser. Die Tageszeitungen der Verlagsgruppe Rhein Main erzielen mit diesen Sonderthemen über 10 % der gesamten Anzeigenerlöse. Unsere Kunden suchen stärker denn je sowohl inhaltlich als auch optisch ein attraktives Umfeld für ihre Anzeigen. Die wirtschaftliche Bedeutung für die Rhein-Main-Presse-Titel wächst: Während im Jahr 2008 25 zentrale Themen veröffentlicht wurden, plant der Anzeigenbereich für 2010 die Vermarktung von mehr als 60 Sonderthemen.

Nach der erfolgreichen Umsetzung des neuen Zeitungslayouts im redaktionellen Teil war es nur konsequent, bei den Sonderveröffentlichungen ebenfalls den neuen Anforderungen eines zeitgemäßen Zeitungsdesigns gerecht zu werden.

Insgesamt präsentierten drei Zeitungsdesigner und Layouter ihre Vorschläge. Geschäftsleitung und Projektgruppe entschieden sich letztlich für das Layout der Düsseldorfer Diplom-Grafik-Designerin Sibyll Jakobsen. Sie entwickelte zusammen mit der Projektgruppe sieben Themenwelten, denen spezielle Farben zugeordnet sind. So steht die Farbe Türkis für Freizeit und Reise, Hellgrün für Gesundheit und Wellness, Dunkelblau für Auto und Technik, Rot für Ausbildung und Beruf, Braun für Bauen und Wohnen, Orange für Leben und Genießen und Dunkelgrün für Wirt-

schaft und Umwelt. Alle „Sachthemen“ sind diesen Themenwelten zugeordnet und bilden einen Bereich der gesamten Sonderveröffentlichungen. Ein zweiter umfasst alle lokalen Sonderveröffentlichungen wie saisonale und anlassbezogene Feierlichkeiten, Eröffnungen und Jubiläen. In eine dritte Gruppe gehören die lokalen Sonderveröffentlichungen, die im Kundenauftrag gefertigt werden. Alle drei Produkttypen unterliegen einem einheitlich definierten Gestaltungskonzept und einer klaren Seitenstruktur.

Es gibt zwei Schrifttypenfamilien, die serifenlose Schriftgruppe „Avant Garde“ (Groteskschrift), die in den eher „sachlichen Themen“ eingesetzt wird, sowie eine weitere Schrifttypenfamilie „Weidemann“, eine Serifenschrift, die speziell für die „emotionaleren“ Produkte wie Feste und Jubiläen verwendet wird. Hinzu kommen die Schriften Garamond und Frutiger, die in der Kombination stilistisch harmonisieren. Seitenköpfe, Aufmacher, Meldungen, Meinungselemente, Zitate, Infoboxen und Rubrikenkästen sowie ein effektiver Umgang mit Fotos ergänzen das neue Erscheinungsbild unserer Sonderveröffentlichungen.

Die ersten Beilagen und Seiten sind bereits erschienen und wurden sowohl von unseren Lesern als auch von unseren Anzeigenkunden mit viel Lob bedacht.

Rudolf Speich



AUSBILDUNG & BERUF
0C | 100M | 55Y | 25K

BAUEN & WOHNEN
0C | 60M | 70Y | 45K

LEBEN & GENIEßEN
0C | 35M | 100Y | 0K

WIRTSCHAFT & UMWELT
100C | 0M | 70Y | 20K

FREIZEIT & REISE
100C | 15M | 0Y | 0K

GESUNDHEIT & WELLNESS
35C | 0M | 100Y | 0K

AUTO & TECHNIK
95C | 55M | 0Y | 30K