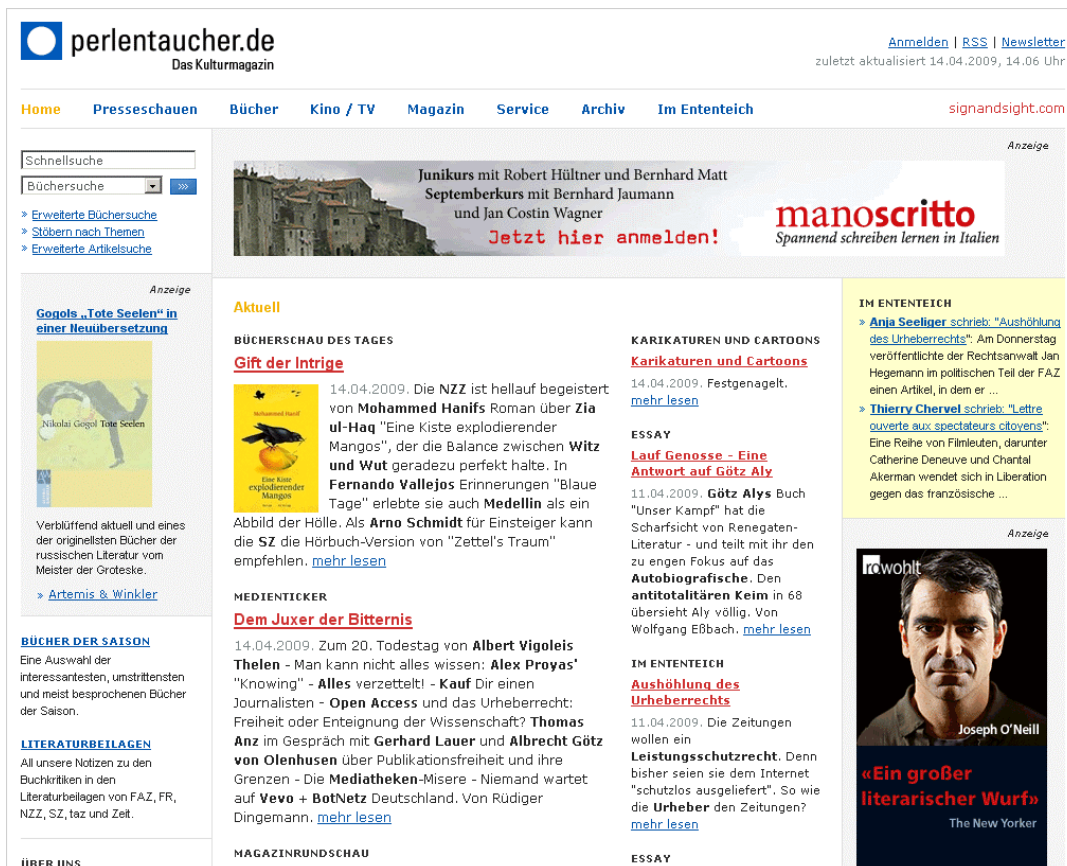


## Mediadaten Perlentacher



The screenshot shows the homepage of perlentacher.de, 'Das Kulturmagazin'. The navigation bar includes Home, Presseschauen, Bücher, Kino / TV, Magazin, Service, Archiv, and Im Ententeich. A search bar is located at the top left. The main content area features a large advertisement for 'manoscritto' with the headline 'Jetzt hier anmelden!' and a photo of a building. Below this, there are several article teasers: 'Gogols „Tote Seelen“ in einer Neuübersetzung', 'Aktuell' section with 'GIFT der Intrige' and 'BÜCHERSCHAU DES TAGES', 'KARIKATUREN UND CARTOONS' section with 'Karikaturen und Cartoons', 'ESSAY' section with 'Lauf Genosse - Eine Antwort auf Götz Aly', and 'IM ENTENTEICH' section with 'Aushöhlung des Urheberrechts'. There are also sections for 'BÜCHER DER SAISON', 'LITERATURBEILAGEN', and 'MAGAZINRUNDSCHAU'. The footer contains contact information for Perlentacher Medien GmbH.

## Über perlentacher.de

Der Perlentacher ist das größte Kultur- und Büchermagazin im deutschsprachigen Internet. Er wurde im März 2000 gegründet und hat heute mehr als 900 000 Besuche monatlich mit über 2 Millionen Seitenabrufen (lt. IVW, 01/2010). 2003 wurde der Perlentacher mit dem **Grimme-Online-Award** prämiert.

Der Perlentacher bietet eine tägliche Kultur- und Bücherpresseschau und berichtet selbst über kulturelle Themen:

- Die **Feuilletonrundschau** bietet einen Querschnitt durch die Kulturseiten der wichtigsten deutschen Zeitungen und Blogs. Sie wird täglich – von Montag bis Freitag um 9 Uhr und am Samstag um 10 Uhr aktualisiert.
- In der **Bücherschau des Tages** berichten wir über die meisten Buchrezensionen der großen Zeitungen. Auf diese Weise ist im Perlentacher eine hochdifferenzierte Datenbank mit qualifizierten Informationen zu über 30 000 Büchern aus allen Bereichen entstanden. Die Bücherschau wird täglich von Montag bis Samstag um 14 Uhr aktualisiert.
- Für die **Magazinrundschau** liest der Perlentacher jeden Dienstag die wichtigsten internationalen Kulturmagazine – mit Links zu den Originalartikeln.
- Der **Bücherbrief** bietet einen monatlichen Überblick über die wichtigsten Neuerscheinungen.
- Außerdem: **Essays, Linkdossiers, Vorgeblättert...**

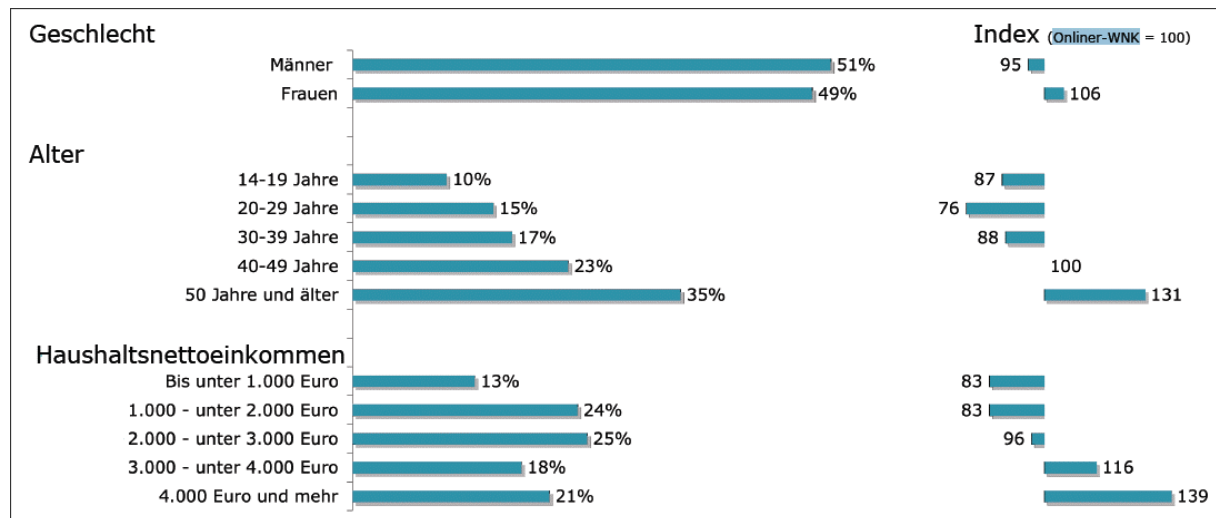
Zu den Kooperationspartnern des Perlentachers zählen **Spiegel Online**, der Internetbuchhändler **buecher.de** und die **New York Review of Books**.

## Der Perlentaucher und die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF)

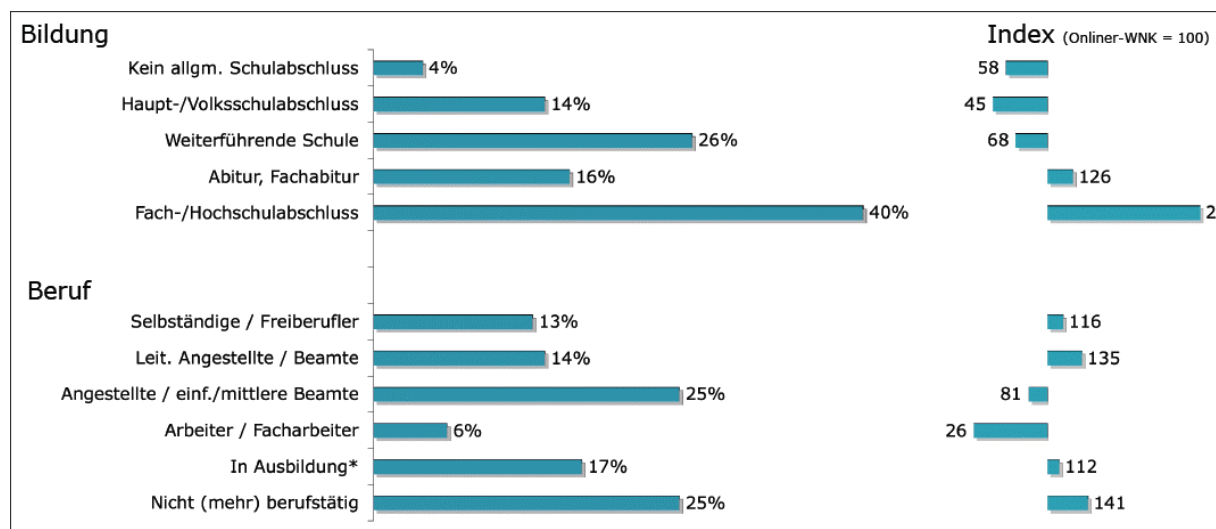
Der Perlentaucher ist als Partner im Netzwerk von Urban Media Mitglied in der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF). Mit der quartalsweise erscheinenden Markt-Media-Studie *internet facts* hat die AGOF eine umfassende Datenbasis für alle Marktpartner des Online-Werbemarktes geschaffen.

Die Ergebnisse der Markt-Media-Studie II/2009 bestätigen die Perlentaucher-Nutzeranalysen der letzten Jahre: Der Perlentaucher hat überdurchschnittlich kulturinteressierte, gut ausgebildete, einkommensstarke und beruflich etablierte Leser.

### Demografie



Quelle: AGOF internet facts 2009-II (Pot. 64,82 Mio.), Zeitraum: durchschnittlicher Monat; Index gemessen am Onliner-WNK (Weitester Nutzerkreis (WNK), Internetnutzer in den letzten 3 Monaten (Pot. 42,22 Mio.))



Quelle: AGOF internet facts 2009-II (Pot. 64,82 Mio.), Zeitraum: durchschnittlicher Monat; Index gemessen am Onliner-WNK, Internetnutzer in den letzten 3 Monaten (Pot. 42,22 Mio.); \*Lehrling, Schüler oder Student

## Kultur, Unterhaltung & Information

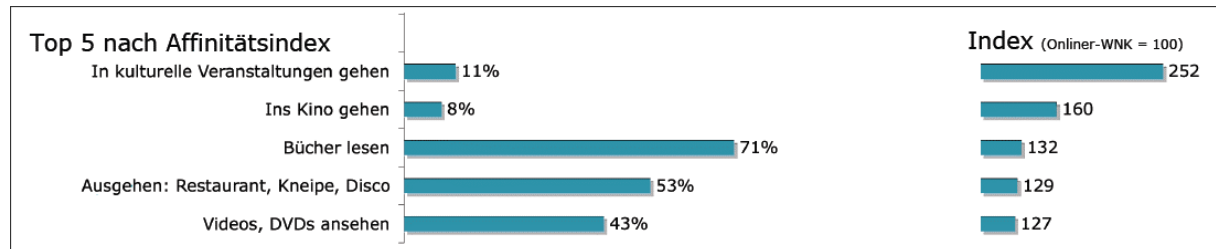
**Interesse an Büchern:** 73% der Perlentaucher-LeserInnen (Affinitätsindex\* 132)

### Schon im Internet gekauft:

Bücher von 52% der Perlentaucher-LeserInnen (Affinitätsindex 206)

Eintrittskarten von 42% der Perlentaucher-LeserInnen (Affinitätsindex 194)

### Freizeitaktivitäten\*\*



\* Der Affinitätsindex beschreibt den Zielgruppenanteil der Perlentauchernutzer im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung (100 = durchschnittliche Affinität).

\*\*Freizeitaktivitäten: „Mache ich mehrmals im Monat“ oder „Mache ich mehrmals in der Woche“

Quelle: AGOF internet facts 2009-II (Pot. 64,82 Mio.), Zeitraum: durchschnittlicher Monat, interessierte und sehr interessierte Nutzer, Index gemessen am Onliner-WNK, Internetnutzer in den letzten 3 Monaten (Pot. 42,22 Mio.)

## Reichweitenstatistik


Entwicklung der Reichweiten bis Januar 2010 nach IVW



www.perlentaucher.de besuchen mehr als 150.000 Unique Visitors monatlich (lt. AGOF internet facts, 2009-II).

PageImpressions: Aufrufe der werbeführenden HTML-Seiten | Visits: Zusammenhängende Nutzungsvorgänge eines WWW-Angebotes  
Unique Visitors: Anzahl einzelner Besucher einer Website/pro Monat

## Übersicht Werbeformen (Auswahl)



**perlentaucher.de**  
Das Kulturmagazin

[Anmelden](#) | [RSS](#) | [Newsletter](#)  
zuletzt aktualisiert 15.04.2009, 14.07 Uhr

[Home](#)
[Presseschauen](#)
[Bücher](#)
[Kino / TV](#)
[Magazin](#)
[Service](#)
[Archiv](#)
[Im Ententeich](#)

[signandsight.com](#)

Presseschauen > Heute in den Feuilletons

Schnellsuche

[Erweiterte Büchersuche](#)  
[Stöbern nach Themen](#)  
[Erweiterte Artikelsuche](#)

**Anzeige**

Einzeltitel-  
werbung

**BÜCHER DER SAISON**  
Eine Auswahl der interessantesten, umstrittensten und meist besprochenen Bücher der Saison.

**LITERATURBEILAGEN**  
All unsere Notizen zu den Buchkritiken in den Literaturbeilagen von FAZ, FR, NZZ, SZ, taz und Zeit.

**ÜBER UNS**  
[Wer wir sind](#)  
[Was wir tun](#)  
[Sitemap](#)

**HEUTE IN DEN FEUILLETONS**

**Wenn Kurse ausschlagen**

Die kommentierte Kulturpresseschau. Wochentags um 9 Uhr, sonnabends um 10 Uhr.

15.04.2009. Die taz kritisiert die DDR: Das war Liebesterror. Die Welt zeigt am Beispiel des Berliner Schlosses: Nun wird auch noch die Zivilgesellschaft verstaatlicht. Die SZ fragt: Wie ernst ist den Türken die Versöhnung mit den Kurden? Die Berliner Zeitung macht sich Sorgen um den Wissenschaftsjournalismus, die FAZ um einen ganz normalen Banker.

[Mailen](#)  
[Drucken](#)  
[PDA](#)  
[Merktzettel](#)

[Die Tageszeitung](#) | [Die Welt](#) | [Neue Zürcher Zeitung](#) | [Berliner Zeitung](#) | [Aus den Blogs](#) | [Frankfurter Rundschau](#) | [Süddeutsche Zeitung](#) | [Frankfurter Allgemeine Zeitung](#)

**Die Tageszeitung, 15.04.2009**

Auf der Meinungsseite kann Kerstin Decker mit dem Satz "Die DDR war ein Unrechtsstaat" [nichts anfangen](#). Für sie war die DDR eher eine Liebesbeziehung, die wegen **mangelnder Fantasie des Liebhabers** scheiterte: "Ja, warum das nicht zugeben, die Regierenden der DDR wollten dem Volk dienen: Wohnen für alle, Brot für alle, Bildung für alle. Und wem das nicht reichte, war der nicht wirklich böse, war der nicht ein Feind? Die alten Männer der DDR hatten nicht genug Fantasie, es anders zu denken. Und sie hatten nicht genug Einsicht, um zu begreifen, dass das, was als Notgemeinschaft, als **Schicksalsgemeinschaft** funktioniert, niemals einen modernen, demokratischen Staat tragen kann."

Dietmar Bartz hilft vier Tage lang bei der Erstversorgung **geretteter Akten in Köln** und hält [in seinem Tagebuch](#) fest: "Beim Sicherheitsdienst haben wir am Mittag eine Schweigeerklärung

**ARCHIV: HEUTE IN DEN FEUILLETONS**

**Der Kunst das Maul gestopft vom Apparat**

14.04.2009. In der SZ erklärt Per Olov Enquist sein Engagement gegen das illegale Herunterladen von Hörbüchern. Die FAZ besuchte die Ausgrabungen des Kölner Stadtarchivs und kommt mit deprimierenden Meldungen nach Haus. Die NZZ ist sehr erfreut über den Pritzker-Preis für Peter Zumthor. Alle haben Robert Wilsons Dramatisierung der Shakespeare-Sonette am BE gesehen, die "Shakespeares queere Seite" zum Vorschein brachte. [Mehr lesen](#)

**Anzeige**

ContentAd  
300 x 250 - 300 Pixel

**Eine Performance im First Life**

11.04.2009. In der Welt erklärt der Ökologe Hansjörg Küster, warum er den Begriff des "Naturschützes" verabscheut. In der NZZ besorgt sich David Albahari den Grundstock für das Museum einer Liebe. Die SZ besucht das landschaftlich und geopolitisch attraktive Kirgistan. [Mehr lesen](#)

**Gerne entwickeln wir mit Ihnen gemeinsam Kombi- und andere spezielle Angebote. Bitte sprechen Sie uns darauf und auf Sonderwerbformen an.**

Perlentaucher Medien GmbH | werbung@perlentaucher.de | fon +49 30 400 55 83- 0 | fax +49 30 400 55 83-99

4

## Preislisten

## Werbung auf www.perlentaucher.de

Werbebereich	Einblendungen max. pro Woche	Super Banner (728x90 Pixel) TKP*	Content Ad (300x250-300 Pixel) TKP*	Skyscraper (180x300-600 Pixel) TKP*
<b>Homepage</b> Die Startseite des Perlentauchers	60 000	27 Euro	30 Euro	27 Euro
				<b>Split Screen</b> (300x600 Pixel) TKP*
<b>Feuilleton &amp; Magazin</b> „Heute in den Feuilletons“: tägliche Rundschau über die Kulturseiten der großen deutschsprachigen Zeitungen, wöchentlicher Überblick über internationale Magazine, Essays und mehr	40 000	27 Euro	30 Euro	30 Euro
<b>Bücher</b> Bücherschau des Tages und der Woche, Literaturbeilagen, Buchkurzrezensionen, Vorgeblättert, Vom Nachttisch geräumt	150 000	27 Euro	30 Euro	30 Euro
<b>Kino &amp; TV</b> Wöchentliche Filmkritiken, Kultursendungen im TV	20 000 (monatlich)	27 Euro	30 Euro	30 Euro
<b>Medienticker</b> täglicher Überblick über die Themen der eMail- Newsletter aus der Medienbranche	20 000 (monatlich)	27 Euro	30 Euro	30 Euro
<b>Suche</b> Ergebnisseiten der Buch- und Artikelsuche	15 000	27 Euro	30 Euro	30 Euro

\* TKP: Tausendkontaktpreis (Preis für 1.000 Werbekontakte/Seitenzugriffe; alle Preise zzgl. MwSt.).

**Einzeltitlewerbung [www.auf perlentaucher.de](http://www.auf.perlentaucher.de)**

Bewerbung einzelner Titel (zum Beispiel Bücher, Kalender, Hörbücher, Zeitschriften) über alle Seiten

Schaltungsdauer: 2 Wochen

Festpreis: 1.-4. Titel: 207,30 Euro pro Titel/2 Wochen

Mengenrabatt: Ab 5 Titel: 2 Prozent  
 (Bei Schaltung Ab 10 Titel: 4 Prozent  
 innerhalb eines Ab 15 Titel: 6 Prozent  
 Kalenderjahres) Ab 20 Titel: 8 Prozent  
 Ab 25 Titel: 10 Prozent  
 Ab 30 Titel: 12 Prozent  
 Ab 40 Titel: 15 Prozent  
 Ab 50 Titel: 20 Prozent

Je nach Anzahl der parallel auf dem Perlentaucher geschalteten Einzelbuchwerbungen variiert das erzielte Werbevolumen (PageImpressions) und damit der Tausendkontaktpreis; wir garantieren dabei mindestens 20.000 PageImpressions / Einblendungen. Alle Preise zzgl. MwSt.



Anforderungen: Coverabbildung, Überschrift, Werbespruch und Link zur Website  
 Bitte beachten Sie auch das separate Infoblatt zur Einzeltitlewerbung

**Kulturinfo auf [www.auf perlentaucher.de](http://www.auf.perlentaucher.de)**

Bewerbung von Veranstaltungen (zum Beispiel Festivals, Lesereisen, Ausstellungen) über alle Seiten

Schaltungsdauer: 2 Wochen

Festpreis: 300,00 Euro / 2 Wochen

Je nach Anzahl der parallel auf dem Perlentaucher geschalteten Kultur-Infos variiert das erzielte Werbevolumen (PageImpressions) und damit der Tausendkontaktpreis; wir garantieren mindestens 30.000 Einblendungen.



Anforderungen: Abbildung, Überschrift, Text und Link zur Website oder Komplettdesign  
 Bitte beachten Sie auch das separate Infoblatt zur KulturInfo

**Technische Formate** Dateien können in den gängigen Formaten (jpg, gif, swf etc.) angeliefert werden. Max. Größe: 20 KB. Bitte beachten Sie auch unsere Werbemittelspezifikation.

**Lieferadresse** werbung@perlentaucher.de

**AdServer** Der Perlentaucher betreibt für die Einzeltitelwerbung und die KulturInfo einen eigenen AdServer und nutzt für die großen Werbeformen ADITION. Beide Adserver erzeugen Auswertungen in verschiedenen Formaten.

**Statistik/Reporting** Alle Auswertungen werden auf Wunsch tagesaktuell erzeugt und nach Kampagnenende versandt. Auswertungen für Einzeltitelwerbungen und KulturInfos sind zudem vom Kunden über einen eigenen Online-Statistikzugang jederzeit einsehbar.

### Werbung in den Perlentaucher Newslettern

#### Perlentaucher-Newsletter

- Täglich: Kurztext zu "Heute in den Feuilletons" und die Zusammenfassung der "Bücherschau des Tages"; Verweise auf Magazinrundschaue, Essays und andere aktuelle Inhalte des Perlentauchers
- 13.000 Abonnenten, erscheint Montag bis Samstag

#### Medienticker

- Zusammenfassung von eMail-Newslettern der Medienbranche
- 9.000 Abonnenten, erscheint Montag bis Freitag

#### Perlentaucher-Bücherbrief

- die besten Bücher des Monats, zusammengestellt von der Perlentaucher-Redaktion
- 10.000 Abonnenten, erscheint monatlich

	Fullsizebanner 468x60 Pixel	jpg oder .gif-Graphik, 468 x 60 Pixel, max. 20 KB	
	Tagesschaltung	Wochenschaltung	Monatsschaltung
Perlentaucher-Newsletter	330,00 Euro	825,00 Euro	1.320,00 Euro
Medienticker	180,00 Euro	375,00 Euro	600,00 Euro
Perlentaucher-Bücherbrief			168,00 Euro

	Content-Ad 400x80 Pixel	jpg oder .gif-Graphik, 400 x 80 Pixel, max. 20 KB (Bei längeren Laufzeiten auch als Fliesstext/Grafik-Kombination)	
	Tagesschaltung	Wochenschaltung	Monatsschaltung
Perlentaucher-Newsletter	KulturInfo: Werbung für Kulturveranstaltungen: 200,00 Euro*	660,00 Euro (KulturInfo: 500,00 Euro*)	1.056,00 Euro
Medienticker		300,00 Euro	480,00 Euro
Perlentaucher-Bücherbrief			150,00 Euro

\* Bitte beachten Sie das separate Infoblatt zur Bewerbung von Kulturveranstaltungen im KulturInfo-Werberahmen.

## Daten & Adressen

### Perlentaucher Medien GmbH

Eichendorffstr. 21. 10115 Berlin

### Anzeigen

Thierry Chervel. Tel. 030 400 55 83-0. [chervel@perlentaucher.de](mailto:chervel@perlentaucher.de)

Für Mediaagenturen: Urban Media/ Gerd Stodiek. Tel. 030 29021 18602. [gerd.stodiek@tagesspiegel.de](mailto:gerd.stodiek@tagesspiegel.de)

### Geschäftsführer

Thierry Chervel. Tel. 030 400 55 83-0

### Chefredakteurin V. i.S.d. MDStV B

Anja Seeliger. Tel. 030 400 55 83-0

### Bankverbindung

HypoVereinsbank. BLZ 100 208 90. Kto 354 932 830

IBAN: DE23100208900354932830. SWIFT (BIC): hyvedemm488

### Handelsregister

HRB 95588 B. Amtsgericht Charlottenburg

Ust-Id-Nr. DE 206 541 571

Alle Preise zzgl. MwSt.; Irrtümer vorbehalten.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) der Perlentaucher Medien GmbH.