


Die neuen Newsletter des Perlentaucher



 **perlentaucher.de**
Das Kulturmagazin

[Im Browser öffnen](#)
[Newsletter-Abo ändern / abbestellen](#)
Vom 4. Februar 2014

9PUNKT - DIE DEBATTENRUNDSCHAU


Automatisch vollintegriert

01.02.2014. Selbst bei einem Sieg hätte die **syrische Opposition** nach all den Toten nur **Grund zu weinen**, schreibt **Khaled Khalifa** in der *taz*. **Google** meldet Patente an, mit denen es sich demnächst **der Polizei** andienen könnte, berichtet das *FAZ.Net*. Der *Guardian* zeigt jetzt im Video, wie der **britische Geheimdienst** Festplatten mit Snowden-Leaks zerstören ließ. [Mehr...](#)

EFEU - DIE KULTURRUNDSCHAU

Zirpend-klonkiges Glück

01.02.2014. In der *SZ* sucht **Joachim Hentschel** deutschen Pop mit Relevanz - und wird fündig. Die *Berliner Zeitung* verliebt sich in den Klang eines **rostigen Ofenblechs**. Die *NZZ* besucht eine Ausstellung über **Textil** als Material und Metapher in Wolfsburg. [Mehr...](#)



SPIEGEL-Bestseller Anzeige

Wie Johannes Fried in seinem Opus magnum alle historischen Register zieht, Karl nachspürt, Wissen, modernste Methoden der Gedächtnisforschung und die schöpferische Intuition ineinander spielen lässt, um ein Zeitalter und eine Herrschergestalt zum Leben zu erwecken - das ist Geschichtsschreibung der Extraklasse.

[Mehr...](#)

BÜCHERSCHAU DES TAGES

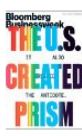
Die Antriebskraft der dramatischen Wirklichkeit



31.01.2014. Philosophisch wie literarisch bedeutend findet die *FR* Aharon Appelfelds Erinnerungsroman "Auf der Lichtung". Die *FAZ* taucht mit Georgi Gospodinov in die Tiefen der bulgarischen Geschichte ein und wirft Martin Mosebach wegen Anachronismen in seinem neuen Roman "Das Blutbuchenfest" Erzählverschleuderung vor. [Mehr...](#)

MAGAZINRUNDSCHAU

So etwas wie ein Wunderkind



31.01.2014. *Washingtonian* sucht den Mörder von Daniel Pearl. *n+1* hört boeremusiek. Im *Merkur* macht Horst Meier kurzen Prozess mit dem Verfassungsschutz. In *Vice* erzählt Moe Tucker, wie sie das Trommeln lernte. Der *Guardian* schildert den Krieg Putins gegen die Moderne. Das *New York Magazine* trifft Chen Guangbiao, möglicherweise eines Tages Besitzer der *New York Times*. In *Eurozine* beharrt Jason Wilson darauf: Es gibt nicht für jedes Problem eine Lösung. [Mehr...](#)

Perlentaucher bei Facebook   Perlentaucher bei Twitter

Sie erhalten diese Email, weil Sie in unserem Perlentaucher Newsletter angemeldet sind.

Möchten Sie ihre Abonnements verwalten oder sich abmelden?

Für eine sichere Zustellung newsletter@perlentaucher.de Ihrem Adressbuch hinzufügen.

Perlentaucher Aktuell ist ein Service der Perlentaucher Medien GmbH, Eichendorffstr. 21, 10115 Berlin, Tel.: 030/400 55 830.

Bei Anfragen zum Newsletter bitte NICHT auf "Antworten" klicken. Diese Mails können aus technischen Gründen nicht gelesen werden. Bitte schreiben Sie an service@perlentaucher.de

© 2013 Perlentaucher.de

Bannerwerbung,
Unanimiertes Gif,
wochenweise buchbar
600 x 80 Pixel

Ab 200 Euro
pro Woche

Text-Bild-Werbung

Wochenweise buchbar,

Ab 200 Euro
pro Woche

Die neuen Newsletter des Perlentaucher

Perlentaucher am Morgen

Mit Kultur- und Debattenrundschau

6 Tage in der Woche:

Wochenpreis des **Banners**: 210 Euro

Rabattstaffel Kontingent ab 5 Werbungen 190 Euro
Kontingent ab 10 Werbungen: 170 Euro

Wochenpreis der **Text-Bild-Werbung**: 240 Euro

Rabattstaffel Kontingent ab 5 Werbungen 220 Euro
Kontingent ab 10 Werbungen: 200 Euro

Perlentaucher am Mittag

Mit Bücherschau und Medienticker

5 Tage in der Woche:

Wochenpreis des **Banners**: 175 Euro

Rabattstaffel Kontingent ab 5 Werbungen 155 Euro
Kontingent ab 10 Werbungen: 135 Euro

Wochenpreis der **Text-Bild-Werbung**: 200 Euro

Rabattstaffel Kontingent ab 5 Werbungen 180 Euro
Kontingent ab 10 Werbungen: 160 Euro

Die neuen Newsletter des Perlentaucher

Spezifikationen zu den Werbemitteln

Das Banner sollte ein unanimiertes Gif in der Größe 600 x 80 Pixel sein. Dateigröße nicht mehr als 20 kb.

Die Text-Bild-Werbung besteht aus

- Überschrift (nicht länger als 45 Zeichen, weniger bei breiteren Bildern)
- Bild (nicht höher als 150 Pixel)
- Fließtext (nichtmehr als 350 Zeichen, weniger bei größeren Bildern)
- Link
- Linktext (höchstens 45 Zeichen)

Die Werbung soll insgesamt nicht höher sein als 140 Pixel.

Werbungen sollten mindestens 3 Arbeitstage vor Beginn der Schaltung per Mail an chervel@perlentaucher.de eingereicht werden.

Wir werden uns bemühen, in der nächsten Zeit einen nach Kalenderwochen gegliederten Online-Kalender für die Werbeplätzen in den Newslettern anzubieten und werden Sie mit einem weiteren Mailing darüber informieren.

Bei Fragen wenden Sie sich an

Thierry Chervel

chervel@perlentaucher.de

Telefon: 030/400 55 83 15