

TOUREMO

Mediadaten
online

DAS MAGAZIN FÜR ELEKTROMOBILITÄT
UND NACHHALTIGEN GENUSS

E-MOBIL



REISE UND NATUR



E-MOBILITY

TRAVEL AND NATURE

KULINARIK



CUISINE

PEOPLE

ECO-PRODUKTE



ECO-FRIENDLY PRODUCTS

TOUREMO-RECOMMENDATIONS

TOUREMO

- ist das erste zweisprachige (d/e) Magazin, welches E-Mobilität in allen Facetten mit weiteren Erlebnis- und Genuss-Themen wie etwa Naturerkundung, regionale Kulinarik und nachhaltige Reisedestinationen verbindet,
- besitzt eine klare Ausrichtung und Orientierung an der wachsenden Zielgruppe LOHAS 2.0, die einschließlich Randgruppen knapp 30 Prozent der Bevölkerung ausmachen,
- kommuniziert einen modernen, positiven und konsumbewussten Nachhaltigkeits-Lifestyle.
- erscheint als Online-Titel, vorgesehen sind daneben auch Printformate etwa in Form von Sonderausgaben und Themenspecials

TOUREMO ist das ideale Medium zur richtigen Zeit, denn es reflektiert aktuelle gesellschaftliche Trends wie

- das Engagement für mehr Klimaschutz
- das steigende Interesse an Elektromobilität
- die Diskussion um bewusste, gesunde Ernährung, bei der Belange des Tier- und Menschenwohls eine zunehmende Rolle spielen.
- ein wachsendes Interesse an Reisezielen in der Heimat wie etwa der DACH-Region
- das wachsende Interesse an Naturerlebnissen
- die zunehmende Bedeutung von Nachhaltigkeitsaspekten in touristischen Urlaubsdestinationen



Kernzielgruppe: LOHAS 2.0

Der Begriff LOHAS ist eine Abkürzung für „Lifestyles of Health and Sustainability“. Beschrieben werden damit Menschen mit an Gesundheit und Nachhaltigkeit orientierten Lebensstilen.

Wie Studien zeigen, geht es bei dieser Gruppe jedoch nicht nur um Gesundheitsbewusstsein und Nachhaltigkeitsorientierung, sondern auch um Technik-Affinität, Naturbezogenheit, Individualität und Gemeininnorientierung, Genuss und Verantwortung. Der Anteil der Verbraucher mit umwelt- und sozialetischer Konsumhaltung wächst stetig und liegt in Deutschland – LOHAS-Randgruppen einberechnet – inzwischen bei annähernd 30 Prozent der Bevölkerung.

Folgende Merkmale charakterisieren unserer Hauptzielgruppe

- Höheres Bildungsniveau
- Überdurchschnittliches Einkommen
- Alter: 25 bis 65 Jahre
- Überwiegend in Städten lebend, jedoch mit Affinität für das Landleben
- Konsumfreudig, dabei mit bewussten Kaufentscheidungen, die sich an Umwelt- und Sozialverträglichkeit orientieren
- Anspruchsvoll und qualitätsbewusst, dabei genussfreudig
- Reiselustig mit überdurchschnittlichem Interesse an Natur- und Outdoor-Urlauben
- Design-orientiert
- Hohe Bedeutung von Herkunft und Qualität von Lebensmitteln
- Fortschrittsorientiert, interessiert an Innovationen und Technik

LOHAS sind bereit, für qualitativ hochwertige und nachhaltige Produkte mehr Geld auszugeben. Wer sein Marketing gezielt auf LOHAS ausrichtet, kann viele, weniger preissensible Menschen erreichen.

Ausgewählte Interessensgebiete von LOHAS in Deutschland im Vergleich mit der Bevölkerung im Jahr 2019

Interessensgebiet	LOHAS	Bevölkerung
Gesunde Ernährung, gesunde Lebensweise	97,5 %	82,4 %
Natur- und Umweltschutz	94,8 %	73,3 %
Urlaub und Reisen	92 %	84,1 %
Bücher und Druckerzeugnisse	86,6 %	64 %
Wohnen und Einrichten	86 %	76,2 %
Kochen, Kochrezepte	85,9 %	69,7 %

Quelle: Statista

Mega-Trend Nachhaltigkeit

Die gesellschaftliche Klimaschutz-Diskussion sowie das wachsende Angebot an attraktiven, emissionsarmen Fahrzeugen tragen zum zunehmenden Interesse am Thema nachhaltige Mobilität bei. Ebenso im Trend liegen (ECO-zertifizierte) Reisedestinationen, die ihren Gästen Naturerlebnisse vermitteln und regionaltypische, kulinarische Spezialitäten offerieren.

Der bisherige **Käuferkreis von Elektrofahrzeugen** entspricht weitgehend dem LOHAS-Profil wie folgende Aussagen aus einer aktuellen Studie belegen:

„Besitzer von Elektroautos haben ein hohes Qualitätsbewusstsein...“

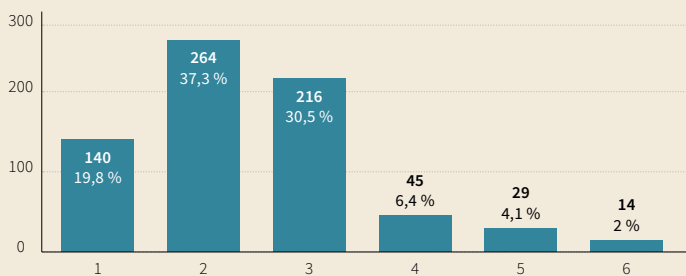
„Fahrer von Elektro- und Hybridfahrzeugen haben eine hohe Öko- und Reiseaffinität. Sie verfügen über eine starke Spendenbereitschaft, vor allem für Umwelt und Natur.“

Quelle: Acxiom 2020, Datenauswertung über KBA und Markt-Media-Studie b4p 2019 III.

Ein wachsender Anteil von befragten Urlaubsreisenden (57 Prozent) legt Wert auf Nachhaltigkeit. Nur 6,1 Prozent aller Teilnehmer gab an, dass Nachhaltigkeit im Urlaub für sie nicht wichtig ist.

Wieviel Wert legen Sie auf Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen?

708 Antworten



Quelle: Greensign

Diesen Entwicklungen entsprechend besitzt ein wertiges Informations- und Faszinations-Medium wie **TOUREMO** ein beachtliches und stetig wachsendes Leserpotential.

Die beschriebenen Zielgruppen werden durch unser neues Medienformat über einen modernen, nachhaltigen Lifestyle informiert, unterhalten und inspiriert.

Auf einen Blick

• Zielgruppe

Frauen und Männer, die einen modernen Lebensstil mit strategischem Konsumverhalten pflegen, d.h. ihre Kaufentscheidungen werden unter Berücksichtigung sozialer und ökologischer Standards getroffen bzw. davon beeinflusst.

Sie verfügen über ein überdurchschnittliches Bildungsniveau, ein mittleres bis gehobenes Einkommen, sind häufig naturverbunden, technik- und digital affin und aufgeschlossen für Neues wie etwa die E-Mobilität.

• Charakteristik

Im Gegensatz zu speziellen eMobility-Medien beleuchten wir Elektromobilität in sämtlichen Facetten und für Privatpersonen relevanten Anwendungsfeldern. Und dies nicht isoliert, sondern verknüpft mit weiteren aktuellen Eco-Themen wie Naturerleben, regionale, handwerklich gemachte Kulinarik und nachhaltige Urlaubsdestinationen. **TOUREMO** ist ein wertiges Erlebnis- und Genuss-Magazin, das seine Leser*innen zu einem nachhaltigen Lebensstil animiert und Ihnen Orientierung bei der Wahl geeigneter Produkte und Dienstleistungen gibt.

• Positionierung und USP

Mit dem **TOUREMO**-Onlinemagazin publizieren wir das erste Lifestylemedium, welches u.a. durch die Kommunikation von Best Practice-Beispielen die Faszination E-Mobilität vermittelt und durch die Verknüpfung dieses „roten Fadens“ mit weiteren Nachhaltigkeitsthemen eine wesentlich breitere Leserschaft anspricht als bisherige eMobility-Formate.

• Kompetenz

Die Gründer und Mitglieder der Geschäftsleitung unserer Medienagentur verfügen u.a. als CEO, Technik- und Marketing-Leiter von E-Fahrzeug-Entwicklungsunternehmen, (Chef-)Redakteure und Buchautoren über 25 Jahre berufliche Erfahrung im Bereich neue Mobilität.

Das **TOUREMO**-Magazin ist ein Gemeinschaftsprojekt mit VisionLab. Als innovatives Medien-Unternehmen bietet VisionLab erfolgs- und zukunftsorientierte digitale Lösungen. Das Angebotsportfolio beinhaltet klassische Weblösungen, aber auch crossmediale Formate mit App, NFC oder Augmented Reality.

Für unser Magazin schreiben neben Mobility-Spezialisten u.a. vom Redaktionsbüro „Wortgetriebe“ und unseren Partnermedien „e-engine“ und „Edison“ auch renommierte Autorinnen und Journalisten, die auf Themen aus den Bereichen Reise, Natur und Bio-Kulinarik spezialisiert sind.

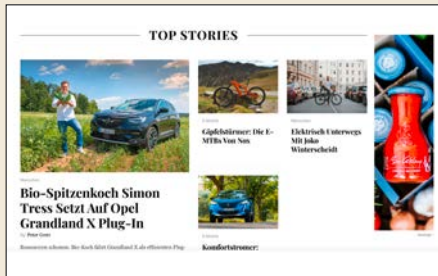
• Prinzipien

motivierend – inspirierend – informativ – wertig – objektiv – kompetent – innovativ – mehrsprachig

Treffen Sie Ihre Kunden

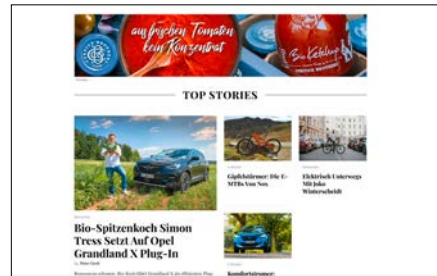
über unsere attraktive Sonderofferte zum Start
Gültig bis 1.10.2021

Skyscraper



Format: 400 x 1320
 Laufzeit: 2 Wochen
 Preise: Startseite: 1.200 Euro | neben Artikel: 400 Euro

Billboard



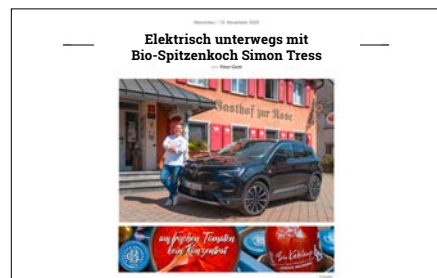
Format: 2340 x 500
 Laufzeit: 2 Wochen
 Preis: 1.400 Euro

Content-Banner A (auf Startseite)



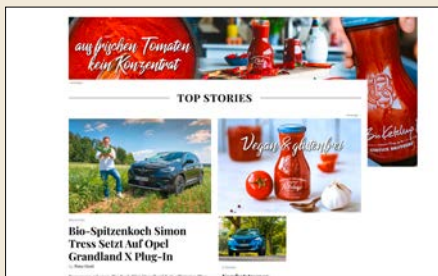
Format: 1146 x 755
 Laufzeit: 1 Monat
 Preis: 1.800 Euro

Content-Banner B



Format: 1540 x 330
 Laufzeit: 1 Monat
 Preise: Startseite: 1.600 Euro | im Artikel: 600 Euro

Wallpaper-Banner



Formate: 2390 x 500 | 400 x 1200
 Laufzeit: 2 Wochen
 Preis: 1.600 Euro

Fireplace-Banner



Formate: 400 x 1200 | 2390 x 500 | 400 x 1200
 Laufzeit: 2 Wochen
 Preis: 2.400 Euro

Treffen Sie Ihre Kunden

über unsere attraktive Sonderofferte zum Start
Gültig bis 1.10.2021

- Einstellen von werblichen Filmtrailern**
 Laufzeit: 1 Monat, mit Verlängerungsoption auf 2 Monate
 Auf Startseite 2.800 Euro
 Innerhalb von Beiträgen 1.800 Euro
- Werbung im monatlich erscheinenden **Newsletter** (ab Juni 2021)
Sponsoring „sponsored by“/„powered by“ im Newsletter-Kopf
 inkl. Banner mit Verlinkung, ggf. Filmtrailer:
 Sponsoring-Preis pro Ausgabe 1.800 Euro
 Sonderofferte 400 Euro
 jeweils für die ersten beiden Ausgaben
Content-Banner im Newsletter 800 Euro
- Werberubrik **Touremo-Empfehlungen** 1.800 Euro
 Standardisierte Portraits von Hotels, Reiseregionen, Unternehmen und Produkten, Laufzeit 1 Jahr, Aktualisierungen möglich
- Werbung in **Themenspecials** zum Download (z.B. E-Bikes, Eco-Fashion etc.)
 1/1 Seite 1.700 Euro
 2/1 Seite 3.000 Euro
 1/2 Seite 900 Euro
- Regional-/Stadt-Portraits** „...nachhaltig erfahren“
 Preise entsprechend Umfang
- Gewinnspiel** 2.600 Euro
 zzgl. Stellung des Gewinns
 Laufzeit: 1-malig
 Aktion inkl. Magazin-/Newsletter-/Social-Media-Bewerbung

Zusätzlich bieten wir individuelle, kundenorientierte Lösungen wie etwa:

- Sponsored Post**
 - Branded Content auf LinkedIn
 - Branded Content auf Instagram
 - Branded Content auf Facebook
- Content Produktion**
 Auf Anfrage können wir folgenden Content für Sie erstellen.
 - 360 Grad Panorama Erstellung
 - 3D-Produkt-Darstellung
 - Banner-Design, Banner-Animation
 - Video-Produktion
 - Drohnenaufnahmen
 - Professionelles Fotoshooting
- Weitere **Medien-Channels** in Planung
 - Eigene App (iOS & Android) mit vielen weiteren Funktionen wie Community uvm.
 - Eigene Smart-TV-App
 - Podcast



Kontakt

Mediaberatung

Daniela Knoll - Mediaagentur
Tel +49 (0)89 | 46 01 29 89
Mobil +49 (0)160 | 6 37 65 86
E-Mail dk@touremo.de

Herausgeber

Björn Wedler
VisionLab GmbH & Co. KG
Am Langen Hahn 21
33100 Paderborn
Tel +49 (0) 52 93 | 93 27 6 - 0
Fax +49 (0) 52 93 | 93 27 6 - 29
E-Mail bjoern.wedler@visionlab.de

Redaktion

touremo GbR
Verantwortlich: Peter Grett
Rueßstraße 30a
80997 München
Tel +49 (0)89 | 90 54 15 73
Mobil +49 (0)176 | 23 80 40 96
E-Mail pg@touremo.de