

SympathieMagazine



Mediadaten 2018

(Stand: Februar 18)

SympathieMagazine



Auch digital erhältlich

Philosophie

Seit Mitte der 1970er Jahre werden die SympathieMagazine herausgegeben. Erschienen sind bislang 73 Titel mit einer Gesamtauflage von über 8 Millionen. Die Reihe berichtet derzeit über 52 Länder, fünf Weltreligionen und sechs Spezialthemen. Aktuell sind im Shop 51 Titel lieferbar. www.sympathiemagazine.de

Die Reihe wurde mehrfach ausgezeichnet z.B. grüne Palme von GEOSAISON, Preis des Verbandes deutscher Reisejournalisten, ITB-BookAward.

SympathieMagazine vermitteln mit ihren kurzen, zum Teil sehr persönlich geschriebenen Artikel Einblicke in Kultur, Gesellschaft, Wirtschaft, Politik und lassen die Leser hinter den touristischen Kulissen am Alltag der Menschen teilhaben. Die Magazine möchten Verständnis und Sympathie für die jeweiligen Länder wecken, ohne problematische und kritische Aspekte zu verschweigen. Sie wollen den Leser motivieren, sich mit Land und Leuten zu beschäftigen und sich einer Kultur sensibel und respektvoll zu nähern.



SympathieMagazine

Leserschaft der Magazinreihe

SympathieMagazine werden von zahlreichen Reiseveranstaltern in Deutschland, Österreich und der Schweiz genutzt, die ihren Kunden eine attraktive Handreichung zur besseren Einstimmung auf Land und Leute mit auf die Reise geben. Darüber hinaus werden die Magazine im Bereich der Jugend- und Erwachsenenbildung, in Schulen und zunehmend auch von Wirtschaftsunternehmen eingesetzt und natürlich auch von Privatkunden direkt bestellt.

Förderer

Die bisher erschienenen SympathieMagazine wurden in Abhängigkeit von ihrer jeweiligen Einzelthematik von verschiedenen Organisationen in jeweils unterschiedlicher Zusammensetzung gefördert:

Adveniat - Bischöfliche Aktion
Brot für die Welt/ Tourism Watch
Bundesministerium für Familie, Senioren,
Frauen und Jugend (BMFSFJ)
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz
und Reaktorsicherheit (BMU)
Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammen-
arbeit und Entwicklung (BMZ)
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammen-
arbeit (GIZ) GmbH
Deutscher Reisebüro- und Reiseveranstalter-
verband (DRV)

Diakonisches Werk der Evangelischen Kirche
Evangelischer Arbeitskreis Freizeit – Erholung –
Tourismus
Evangelisches Missionswerk (EMW)
Katholisches Auslandssekretariat der Deutschen
Bischofskonferenz
KATE/Turismovision
MISSIO Internationales Katholisches Missionswerk e.V.
Österreichische Entwicklungszusammenarbeit im
Außenministerium
Renovabis
Tourism Ireland

Pressestimmen

„Alles andere als ein klassisches Reisemagazin, dafür eine fast unentbehrliche Lektüre für diejenigen Leser, die hinter die Kulissen von Land und Leuten blicken wollen. Kultursensibel verfasste Texte erschließen das Fremde und statten den Reisenden mit interkultureller Kompetenz aus!“

(ServiceZeit Reisen des WDR)

„Mal ehrlich: Was wissen wir, wenn wir in den Flieger steigen, tatsächlich von dem Urlaubsland, das uns erwartet? (...) Da jetten wir in Zeiten von Lastminute und Billigflug doch ziemlich spontan und blauäugig um die Welt - um am Ende sprachlos vor Barrieren zu stehen, die sich vor allem durch eines aufbauen: durch das mangelnde Verstehen. (...) Die Sympathie-Magazine erzählen Geschichten. Von Menschen und deren Alltag, von ihren Sorgen und von ihrem Glück und davon, was sie sich von der Zukunft erhoffen. Aber auch davon, wie sie uns, die Fremden in ihren Augen sehen, was sie verstehen oder vielleicht auch nicht.“

(Münchner Merkur)

„Die gar nicht typisch deutsche Mischung aus Leichtigkeit und Tiefgang macht das Geheimnis der SympathieMagazine aus. (...) und die Macher erreichen damit nicht nur Urlauber, Reisebüros und Fremdenverkehrsämter. Konzerne packen ihren Mitarbeitern die Hefte zur Vorbereitung auf ein neues Land ein, Lehrer bestellen Klassensätze für den Geographieunterricht.“

(Süddeutsche Zeitung)

„Wer mehr über den Alltag, über kulturelle, soziale und politische Besonderheiten seines Urlaubslandes erfahren will, sollte die SympathieMagazine des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung lesen.“

(Stiftung Warentest)

SympathieMagazine

Die nächsten Magazinerscheinungen

- »Namibia verstehen« - Neuauflage August 2018
- »Griechenland verstehen« - Neuauflage September 2018
- »Bolivien - Ecuador - Peru verstehen« - Neuauflage September 2018
- »Vietnam - Kambodscha - Laos verstehen« - Neuauflage Dezember 2018

Unsere Preise für Werbeanzeigen

Die Magazine sind circa drei bis vier Jahre im Umlauf, bevor sie aktualisiert werden oder in einer Neuauflage erscheinen. Ihre Anzeige befindet sich also über den gesamten Zeitraum in den Magazinen.

- Ganzseitige Werbeanzeige (DIN A5) bei einmaliger Schaltung in einer Ausgabe und allen unveränderten Nachdrucken
Euro 3.000,-
- Ganzseitige Werbeanzeige (DIN A5) bei Schaltung in drei verschiedenen Ausgaben und allen unveränderten Nachdrucken pro Ausgabe
Euro 2.000,-

Anzeigenformate und Platzierung

- Umschlagseite 2 oder 3:
145,5mm x 210mm + 3mm Beschnittzugabe zu allen Seiten
- Letzte Seite im Heft:
145,5mm x 210mm + 3mm Beschnittzugabe zu allen Seiten

Die Datei sollte als druckfähiges, bereits geprooftes pdf vorliegen.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte direkt an unsere Geschäftsstelle. Das Team der SympathieMagazine berät Sie gerne!

STUDIENKREIS FÜR TOURISMUS UND
ENTWICKLUNG E.V.
www.studienkreis.org

Bahnhofstr.8
82229 Seefeld
www.sympathiemagazine.de

Tel. +49 - (0)8152 - 999 01-0
Fax +49 - (0)8152 - 999 01-66
Email: Claudia.Mitteneder@studienkreis.org



SympathieMagazine

Leserbefragung

Der Herausgeber führt zu den SympathieMagazinen in unregelmäßigen Abständen Leserbefragungen durch. Die letzte fand im November 2014 statt - auf der Basis von 800 per Zufallsstichprobe ausgewählten Adressen von Leserinnen und Lesern. Untersucht wurde das allgemeine Lese- und Nutzungsverhalten sowie die Bewertung des SympathieMagazins „Kuba verstehen“. Die Rücklaufquote betrug 33 Prozent. 264 Befragte haben das Kuba-Magazin bewertet, 84% hatten Kuba zum Befragungszeitpunkt noch nicht besucht. Nachfolgend einige ausgewählte Ergebnisse:

Das SympathieMagazin „Kuba verstehen“ kommt an

- 90% finden das Magazin persönlich ansprechend
- 92% bewerten es als eine lebendige, unterhaltsame Information
- 88 bzw. 84% bezeichnen es als glaubwürdig und inhaltlich sachlich
- 78% gehen davon aus, dass es Interesse weckt, das Land zu bereisen

Dem Kuba-Magazin wird ein hoher praktischer Nutzen bescheinigt

- 88% meinen, dass man Neues lernt
- 84% halten es für leicht lesbar
- 90% finden das Magazin „handlich“

Das Kuba-Magazin schafft Nähe und Verständnis

Zwischen 73 und 87% sehen als „voll erfüllt“, dass „Kuba verstehen“

- Einblicke ermöglicht in das alltägliche Leben im Land
- hilft, Klischees und Vorurteile über Land und Leute abzubauen
- Verständnis und Toleranz gegenüber dem Fremden und Andersartigen fördert
- Anregungen gibt für ein respektvolles Verhalten im Reiseland
- das Kennenlernen des Landes erleichtert

Das SympathieMagazin „Kuba verstehen“ lässt Einheimische zu Wort kommen

- 47% finden, dass das Magazin Kuba eher aus der Sicht der Einheimischen beschreibt
- 33% meinen, dass sowohl unsere wie die Perspektive der Einheimischen abgebildet wird

SympathieMagazine werden weiterempfohlen

- 85% würden die SympathieMagazine uneingeschränkt weiterempfehlen
- 83% sehen sie als optimale Ergänzung zu einem Reiseführer
- 72% finden das Preis-Leistungsverhältnis der Magazine ausgewogen

SympathieMagazine können das Image von Touristikunternehmen stärken

Es gibt zahlreiche Reiseveranstalter und Reisebüros, die Ihren Kunden - im Zusammenhang mit der Buchung einer Urlaubsreise - ein SympathieMagazin zur Verfügung stellen

- 92% der Befragten finden das generell gut
- 68% werten dies als ein besonderes Zeichen von Engagement

Die Leseranalyse hat gezeigt, dass die Kunden in den SympathieMagazinen einen enormen Mehrwert sehen und sie als optimale Ergänzung zu einem „normalen“ Reiseführer empfinden. Durch ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis belasten sie das Budget der Reiseveranstalter kaum und steigern andererseits das Image der Unternehmen.