

Live life

Annonsfakta & prislista 2010

INSPIRERAR

till att testa
nya produkter

MOTIVERAR

till att ta hand
om sin hälsa

DRIVER TRAFIK TILL BUTIK

Nordens största filning om naturlig hälsa.

life

”Vi kan
se en direkt
koppling mellan
produkter som
visats i Live Life
och vilka
produkter som
kunder frågar
efter.”

Gunnel Åkerman, vd Live Sverige

Det här är Live Life

Hälsomagasinet Live Life bjuder på kunskap, glädje och energi utan dåligt samvete. Här varvas faktaartiklar, lättsamma reportage och inspiration för en hälsosam livsstil där balans mellan kost, motion och vila ligger i fokus. I varje nummer hittar läsaren en mängd vardagsnära tips. Live Life inspirerar till ett naturligt friskt liv!

Upplaga och distribution

Live Life skickas ut till Lifes kundklubsmedlemmar fyra gånger per år och distribueras även i hälsokedjans butiker. Från och med Live Life nr 2/2010 distribueras tidningen även i Norge och Finland, vilket gör tidningen till Nordens största hälsomagasin med en upplaga på nära 500.000 exemplar.

- Upplaga, totalt 400.000 - 500.000.
- Sverige: 200.000 - 300.000 (varierar per utgåva beroende på aktivitetsgraden hos medlemmarna)
- Finland: ca 150.000
- Norge: ca 40.000



Live Life driver trafik till butik.

Gunnel Åkerman har en bakgrund som ägare till flera Life-butiker, ett arbete som innebär daglig kontakt med Lifes kunder. Idag är hon vd för Live Life Sverige.

– Live Life ger definitivt ett mervärde för Lifes medlemmar. Tidningen är vårt sätt att visa uppskattning till våra bästa kunder och ett viktigt redskap för att skapa trafik till våra butiker. Det finns ett stort engagemang bland läsarna och vi märker direkt respons i butik.

Live Life är en viktig kommunikationskanal som förmedlar vad Live Life står för och hjälper människor att hålla sig naturligt friska. Magasinet ska inspirera, motivera och bjuda på kunskap!

– Extra roligt är att tidningen verkar ha lång livslängd, kunder kommer ofta in i butiken och pratar om både det redaktionella materialet och produkter från annonser långt efter det att tidningen landat i brevlådan. Våra kunder och läsare är härligt intresserade och engagerade i det mesta som rör hälsa.

↖ Gunnel Åkerman, vd Live Life Sverige

Vilken respons har du fått från dina kunder på Live Life?

HÄLSORÅDGIVARE



Anna-Karin Gärdebäck,
Live Mölndal

– Live Life är en bra hälsotidning med mycket inspiration och produktfakta i en bra blandning. Mina kunder är nyfikna på produkter och tips, vissa kunder har faktiskt tagit med sig tidningen till butiken. Det känns att den har mycket längre livslängd än andra tidningar inom samma segment.



Birgitta Gustavsson,
Live Katrineholm

– Jag märker att mina kunder läser och uppskattar tidningen. Live Life känns modern, fräsch och fylld med kloka artiklar och inspirerande bilder.



Roland Bergström,
Live Lidingö

– Det händer att mina kunder frågar om produkter och även om annat som står i tidningen. Jag tycker att det är en lättsam tidning som bjuder på kunskap och motiverar med en bra mix av annonser och redaktionellt material. Självlärt läser jag Live Life!

Varför läser du Live Life?

MEDLEMMAR



Annette Edvardsson,
Stockholm

– Jag tycker Live Life är en trevlig tidning med många bra tips. Jag får lust att leva hälsosamt när jag läser tidningen!



Ingegerd Wik,
Lidingö

– Jag gillade frukosttipsen i senaste tidningen. Blåbärsgroten är redan en favorit!

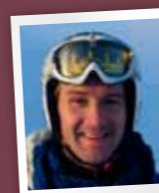


Magnus Pählman,
Bromma

– Bra blandning mellan hälsotips och matrecept. Även kul att kolla annonserna och se vad det finns för naturläkemedel för en gammal hypokondriker som jag är.

Varför valde ni att annonsera i Live Life?

ANNONSÖRER



Petter Holmegård,
Dalblads Nutrition

– Live Life är en riktigt bra och inspirerande tidning. Målgruppen passar oss som handen i handsken och samarbetet fungerar utmärkt.



Maria Svensson,
Max Medica

– Live Life når riktigt många hälsointresserade läsare. Vi är mycket nöjda med samarbetet och är nu i planeringsstadiet inför 2010.



Tomas Färlöf,
Baltex

– Jag vet att hundra procent av läsarna handlar i en Live-butik. Det säger väl allt.

Live Life 2010

DEMOGRAFISK LÄSARPROFIL

KÖN

85 % kvinnor

15 % män

ÅLDER

19 % upp till 44 år

55 % 45 – 64 år

26 % 65 eller äldre

BOENDEFORM

66 % villa eller radhus

13 % bostadsrätt

21 % hyreslägenhet

HUSHÅLL

52 % bor med två personer

21 % bor ensamma

36 % är gift eller sambo

INTRESSEN

98 % hälsa

91 % sport och träning

90 % mat och dryck

84 % musik

77 % resor

75 % film

74 % inredning

69 % teater

67 % mode och skönhet

LÄSARUNDERSÖKNING

- Fyra av fem läser alla nummer av Life.
- De flesta läser hela eller nästan hela tidningen.
- De flesta läser minst 20 minuter.
- Tre av fem läsare ger tidningen som helhet näst högsta eller högsta betyg.
- 93 % anser att tidningen är ganska eller mycket intressant.
- 99 % tycker att innehållet är ganska eller mycket trovärdigt.
- 74 % har inspirerats att testa nya produkter genom tidningen.
- 81 % anser sig få värdefull information genom annonserna.

Kända varumärken ökar läsarintresset och köptrycket.



En stark mediekanal med flera möjligheter.



En effektiv varumärkesbyggare

Bra varumärkesreklam stärker relationen med konsumenten. Enligt en läsarundersökning* tycker 81 % att de får värdefull information genom tidningens annonser. Vi vet att Live Lifes läsare är köpstarka och lägger en stor del av sina inköp i Lifes butiker, så en annons i magasinet är med andra ord en bra affär.

En plats i hyllan

En helsida i Live Life är mer än bara en annons, det är samtidigt en biljett som gör dina produkter ännu mer närvarande i butiken. Tre av fyra läsare har köpt någon produkt efter att ha läst om den i tidningen.



Bilagor

Det finns möjlighet att lägga in fasta eller lösa bilagor och inlagor i Live Life. Det går också bra att selektera mottagaren på postnummer, ålder och kön, så att du träffar rakt i målgruppen. Tester visar att en tidningsbilaga ger upp till tio gånger högre svarsfrekvens än oadresserad direktreklam.

Mixade små- och eftertextannonser

Det finns möjlighet att annonsera på våra mixade sidor, förse oss med text och bild så formger vi annonsen åt dig. Du kan också välja att annonsera på vår eftertextsida.



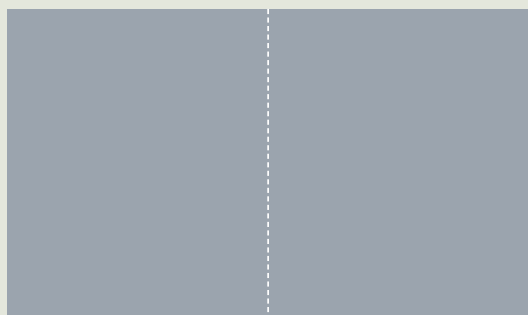
Kampanjinformation

Kampanjinformationen når alla Lifes butiker i god tid innan kampanjperioden. Där finns alla annonser i nästkommande Live Life, för att butiken ska kunna beställa hem produkten som annonseras.



ANNONSINFORMATION LIVE LIFE SVERIGE

Upplaga 200.000 - 300.000 (varierar beroende på aktivitetsgraden hos medlemmarna)

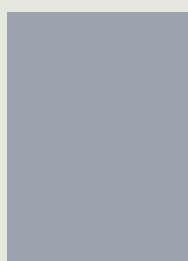


HELSIDA

Satsyta: 189x254
Utfall: 215x285+5 mm
Pris: **59 000,-**

UPPSLAG

Satsyta: 404x254 mm
Utfall: 430x285+5 mm
Pris: **99 000,-**



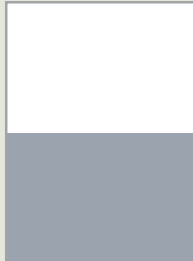
BAKSIDA

Satsyta: 189x254
Utfall: 215x285+5 mm
Pris: 69 000,-



HALVSIDA STÅENDE

Satsyta: 90x254 mm
Utfall: 104x285+5 mm
Pris: **39 000,-**



HALVSIDA LIGGANDE

Satsyta: 189x125 mm
Utfall: 215x140+5 mm
Pris: **39 000,-**

MIXADE ANNONSER

Satsyta: 90x50 mm
Pris: **10 900,-**

Nyhetsannonserna finns med på en särskild sida i varje nummer. I priset ingår produktion av annons, ni förser oss med bilder och text.

EFTERTEXTANNONSER

Satsyta: 90x50 mm
Pris: **8 900,-**

Satsyta: 180x50 mm
Pris: **13 800,-**

Satsyta: 90x100 mm
Pris: **13 800,-**

Eftertextannonserna finns med på en särskild sida i varje nummer.

BEGÄRD PLACERING

Du kan begära placering. För begärd placering tillkommer 10 % på annonspriset.

Bilagor/Inlagor

Vi erbjuder följande möjligheter:

- Fasta bilagor – häftade eller limmade
- Lösa bilagor
- Selekterade bilagor på ålder, kön och postnummer

Materialspecifikationer

- Digitala annonser ska lämnas som högupplöst PDF eller EPS
- Annonsen ska skapas i 100 % i förhållande till det bokade utrymmet
- Typsnitt ska vara inkluderat i filen
- Färger ska vara definierade enligt Europaskalan i fyrfärg (CMYK)
- Bilder ska ha en upplösning på 300 dpi och streckbilder på 1200 dpi
- För ICC-profil, kontakta Markus, tel 08-442 96 38, markus@spoon.se

Material skickas till

<http://ftp.crmedia.se>:8000

Användarnamn: Lifeannons

Lösenord: Life2009

Kontaktperson annonsmaterial:

Ann Karlsson

Tel: vx 0770-33 0500

mobil 0709-28 1080

E-post: ann@crmedia.se

Rabatt

Vid beställning av fler annonser samtidigt ger vi följande rabatter:

Annonser 2-3 4-6
Rabatt 10 % 15 %

Bokningsstopp

Annonser kan flyttas eller annulleras om önskemål meddelas tidningen senast två månader före införingsdagen. Ansvar för fel i annons är begränsat till högst annonskostnaden, för skada på grund av uteblivet eller felaktigt material ansvaras ej. Samtliga priser är inkl. reklamskatt och exkl. moms.

Avbokning av annons som sker 12 veckor innan utgivningsvecka debiteras med 75 % av annonspriset. Avbokning efter sista materialdag debiteras med 100 % av annonspriset.

Tidplan och tema för Live Life 2010

NR	MATERIALDAG	UTGIVNINGSDAG	TEMA
1	16 december	27-29 januari	Nystart
2	22 april	24-26 maj	Kom i form
3	7 juli	16-18 augusti	Kom i gång
4	8 oktober	8-10 november	Ta hand om ditt hjärta

Prata med mig om annonser som säljer.



Jonas Ekberg
Crmedia
Kungsgatan 53
111 22 Stockholm
Tel: vx 08-522 998 50
mobil 070-550 1622
E-post: jonas@crmedia.se

CRMEDIA