



HORIZONT rollt den
roten Teppich aus:

CANNES 2017

Das Magazin zum größten
Kreativfestival der Welt.

Ihr Lookbook zu
den Cannes Lions.

Mit Ihrer Kommunikation.
Mit Ihrer Anzeige.



Das Festival.

Das International Festival of Creativity – besser bekannt unter dem Namen *Cannes Lions* – hat in den vergangenen Jahren eine erstaunliche Transformation erfahren. Vom klassischen Werbefilmfestival hat es sich zum weltweit größten Kreativfestival und Networking-Event für die gesamte Kreativindustrie entwickelt.

Längst sind es nicht mehr nur Top-Kreative aus der Agentur-szene, die zu den rund *15.000 Gästen* zählen, sondern wichtige Persönlichkeiten von Werbungtreibenden, Medienkonzernen, Technologieunternehmen und aus der Entertainmentbranche.

Die Top-Adressen aus dem *Silicon Valley* sind hier ebenso vertreten wie die innovativsten Ideenproduzenten der Welt.



Mekka der Kreativen: Das International Festival of Creativity in Cannes



Das Magazin.

Das **Lions-Universum** wird immer größer und für viele auch unübersichtlicher. HORIZONT bietet mit seinem Cannes Spezial den ultimativen Überblick und zeigt, was wirklich wichtig ist.

Das Magazin ist **Guide und Inspirationsquelle** zugleich, bietet spannende Interviews, Trendgeschichten und Bilderstrecken.

Das **Cannes Spezial** erscheint am 14. Juni 2017 und wird im Vorfeld der Veranstaltung publiziert.



Lasst die Löwen los: Das Magazin zum Cannes Kreativfestival 2017 (Beispielseiten von 2016)



Die Themen.

Cannes Guide: Alle Fakten, News und die wichtigsten Termine rund um das Festival.

Technology & Kreation: Techies versus Kreative über Potenziale und Challenges.

Die einzige deutsche Jury-Chefin: Ruth Berktold von Yes Architectur über ihre Rolle als Jury-Chefin.

Health Lions: 2 Jahre Cannes Lions.

Media Person of the Year: Porträt der ausgezeichneten Media-Persönlichkeit.

Der Cannes Lions Kunde des Jahres: Porträt des ausgezeichneten Werbetreibenden und seiner Marketingaktivitäten.

Interview mit dem IPG-Chef: Michael Roth, CEO von IPG, über Diversity in der Werbebranche.

Juroren-Umfrage: Worauf sich die deutschen Juroren in diesem Jahr freuen und was sie in Cannes nie wieder tun wollen.

Young Lions: Mit welchen Hoffnungen das Team Germany an die Côte D'Azur reist.

Politik & Werbung: Welche Wirkung die politische Stimmung auf die Arbeit der Kreativen hat.



Die Leser.

- *Top-Marketing- und Mediaverantwortliche* in werbungtreibenden Unternehmen, Kommunikations- und Mediaagenturen.
- *Kreative* aus allen Bereichen der kommerziellen Kommunikation.

Das Cannes Spezial ist sowohl Cannes Guide als auch Ideen-Magazin für Kommunikation, Design und Innovation.

Seine hochwertige Gestaltung macht es zum Liebhaberobjekt, das Wissen und Inspiration vermittelt.



Die Verbreitung.

Das HORIZONT Magazin liegt der gesamten verbreiteten Auflage (20.768* Exemplare) von HORIZONT bei.

Eine zusätzliche Auflage von 3.500 Exemplaren geht an weitere ausgewählte Empfänger.

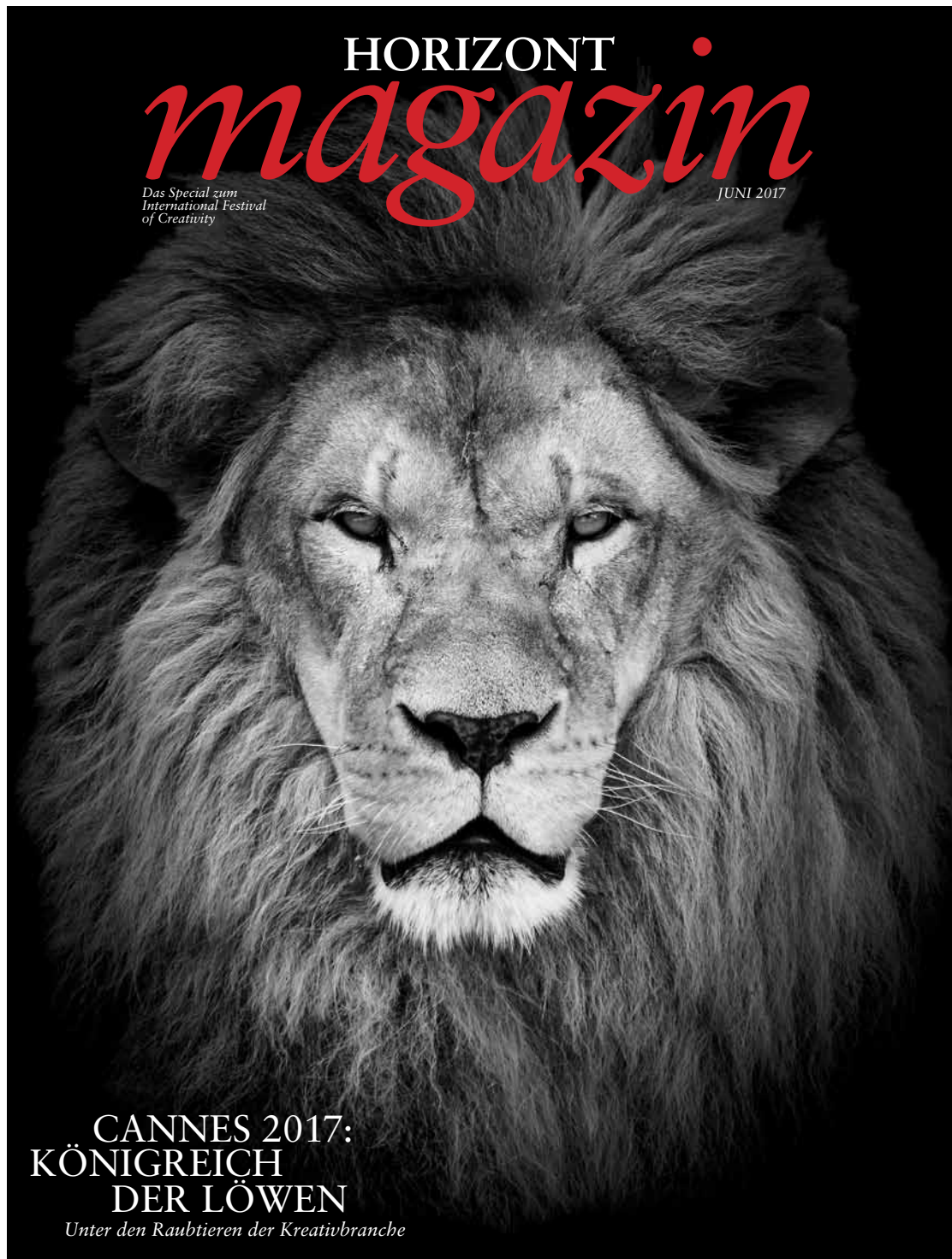
Damit erreicht das Horizont Magazin:

- Die Top-Entscheider in Agenturen, Medien und werbungstreibenden Unternehmen.
- Alle Mitglieder und Förderer des ADC.
- Alle Mitglieder des Deutschen Designer Clubs.
- Alle Mitglieder des Markenverbandes.
- Alle Gäste der wichtigen Branchenveranstaltungen des Deutschen Fachverlags, beispielsweise HORIZONT Award und Goldener Zuckerhut.
- Über HORIZONT ONLINE wird das Magazin allen rund 420.000* Unique Usern als hochwertige E-Paper-Version zur Verfügung gestellt.
- In Cannes: Verbreitung im „German Beach Club“.

**Quellen: IVW IV/2016, AGOF November 2016*



Der Look.



Das Magazin zum größten Kreativfestival der Welt – Beispiel Covergestaltung



Der Look.

BIER SELIG

Zeit, die Marke hervorzuheben, indem sie das Bier als 'Bier der Welt' darstellt, ist ein Versuch, die Marke als 'Bier der Welt' zu positionieren.

Das Bier ist ein Produkt, das in der Welt der Menschen lebt. Es ist ein Produkt, das in der Welt der Menschen lebt.

Das Bier ist ein Produkt, das in der Welt der Menschen lebt. Es ist ein Produkt, das in der Welt der Menschen lebt.

SCHLAUE NEUE WELT

Das Internet der Dinge treibt immer weiter – und macht nicht nur die digitale Erlebniswelt.

Punk-Rocke Iggy Pop rockt die Bühne beim 10. Grey Music Seminar in Cannes

Die Premiere der Lions Entertainment for Music ist längst überfällig, finden Musikprofis rund um den Globus

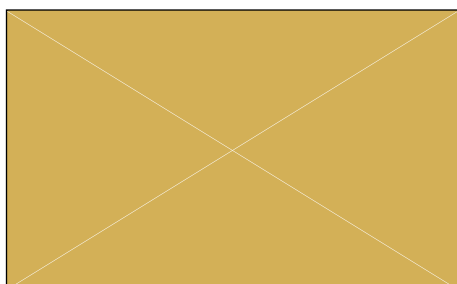
SEX & DRUGS & WERBUNG

Unternehmensporträt, Smart Home sowie Umfragen und Interviews – Beispielseiten aus dem Magazin



Die Preise.

Klassische Anzeigenformate:



2/1 Seite

Format

15.500 Euro

420 x 280 mm

plus 4 mm Beschnitt rundum



1/1 Seite

Format

8.900 Euro

210 x 280 mm

plus 4 mm Beschnitt rundum



1/2 Seite

Format

5.500 Euro

210 x 140 mm

plus 4 mm Beschnitt rundum

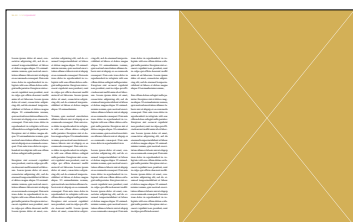
Alle genannten Preise sind AE fähig.

Die Anzeigenmotive sollten einen Bezug zum Cannes Kreativfestival haben.



Die Preise.

Sonderwerbformen:



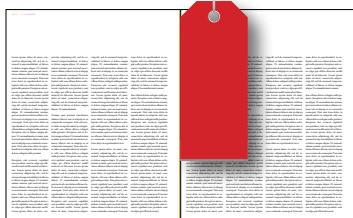
U2 / U4
Format

10.500 Euro
210 x 280 mm
plus 4 mm Beschnitt rundum



Gatefolder
Format

20.990 Euro
400 x 280 mm
plus 4 mm Beschnitt rundum



Lesezeichen

15.690 Euro
Lesezeichen mit Leseband,
aufgeklebt auf
einer Redaktionsseite



Beilage

7.890 Euro
Beilage (bis 20 g)

Alle genannten Preise sind AE fähig.

Anzeigenschluss
Druckunterlagenschluss
Erscheinungstermin

Donnerstag, 11. Mai 2017
Mittwoch, 24. Mai 2017
Mittwoch, 14. Juni 2017



Die Kontakte.



Peter Gerich Verlagsleiter
Telefon 069 7595 1871
E-Mail gerich@horizont.net



Michael Thiemann Sales Director
Telefon 069 7595 1245
E-Mail thiemann@horizont.net



Heinz Kort Leitung Sales
Telefon 069 7595 1875
E-Mail kort@horizont.net



Christine Fuchs Senior Sales Managerin
Telefon 069 7595 1246
E-Mail fuchs@horizont.net



Gesa Schäfermann Senior Sales Managerin
Telefon 069 7595 1248
E-Mail schaefermann@horizont.net



Cora Hübel Sales Managerin
Telefon 069 7595 1247
E-Mail huebel@horizont.net



Petra Kreinhöffner Sales Managerin
Telefon 069 7595 1244
E-Mail kreinhoeffner@horizont.net



Go for Cannes.