

MEDIADATEN 2025

Print & Online | Gültig ab 1. Januar 2025

SCHWEIZER
optiker
Opticien suisse | Ottico svizzero

Schweizer Optiker – Das offizielle Organ der Verbände «OptikSchweiz» und «SBAO»



«Schweizer Optiker» auf einen Blick:

- Gesamtauflage 1400 Ex.
- Erscheint 10x jährlich
- Deutsch/Französisch



www.schweizeroptiker.ch

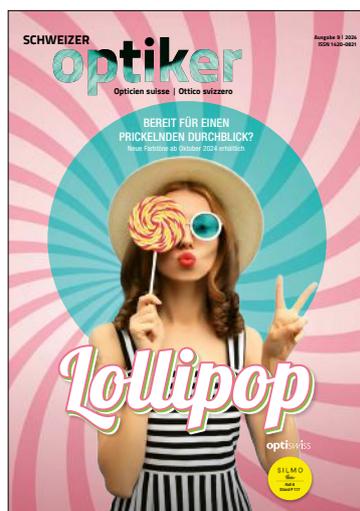
Zürichsee Werbe AG | Tiefenastrasse 2 | 8640 Rapperswil-Jona
T +41 44 928 56 11 | optiker@fachmedien.ch

Ein Unternehmen der Galledia

 **FACHMEDIEN**

Inhaltsverzeichnis

<u>Inhalt & Auflage</u>	3
<u>Leserschaft</u>	3
<u>Terminplan 2025</u>	4
<u>Formate & Preise</u>	5
<u>Beilagen / Beihefter</u>	6
<u>Zusätzliche Werbeformen</u>	7
<u>Online-Angebot</u>	8
<u>Newsletter</u>	10
<u>Kontakt</u>	11



Titelpositionierung

«Schweizer Optiker» ist das offizielle Organ der Verbände «OptikSchweiz» und «SBAO». «Schweizer Optiker» ist das einzige Fachmedium der Schweiz für die optische Branche und deshalb unverzichtbarer Werbeträger für Stellen- und kommerzielle Anzeigen. Das Fachmagazin dient als Bindeglied zwischen Lieferanten, Verbänden und Optikern. Inhaltlich bilden Themen aus den Bereichen Fachwissen, Weiterbildung, Industrie, Modetrends sowie Interviews mit Exponenten der Branche die Schwerpunkte. In jeder Ausgabe erscheint die Rubrik «Produktneuheiten», welche Neuheiten seitens der Unternehmen aus dem In- und Ausland, sowie PR-Beiträge enthalten. Alle Stellenanzeigen werden zusätzlich zum Print auf www.schweizeroptiker.ch unter «Offene Stellen» aufgeschaltet.

Sprachen deutsch / französisch kombiniert
Jahrgang 100. Jahrgang

Redaktion Denise Dollinger, Maihofstrasse 76, 6002 Luzern,
 T +41 58 344 91 26, denise.dollinger@galledia.ch

Verlag Galledia Fachmedien AG, Maihofstrasse 76,
 6002 Luzern
 T +41 58 344 91 50, fachmedien-luzern@galledia.ch

Leitung Medienberatung Daniel Baer
 T +41 44 928 56 11, daniel.baer@fachmedien.ch

Sachbearbeitung Sandra Verardo
 T +41 44 928 56 35, optiker@fachmedien.ch

Fachwissen, Weiterbildung, Industrie, Modetrends sowie Interviews mit Exponenten der Branche bilden die Schwerpunkte im beliebten Fachmagazin.

Auflagen / Leserschaft

Auflagen

Druckauflage	1400 Exemplare
WEMF/KS-Beglaubigung 2024	1155 Exemplare
· verkaufte Auflage	1078 Exemplare
· Gratisexemplare	77 Exemplare

Leserschaft

Inhaber, Geschäfts- und Filialleiter von Augenoptikerbetrieben, leitende Angestellte, Zulieferanten.

Leserbefragung

Wie lange sind Sie bereits Leserin/Leser des «Schweizer Optikers»?

weniger als 2 Jahre	3%
2 - 4 Jahre	7%
5 - 9 Jahre	10%
mehr als 10 Jahre	80%

Extrem langjährige Partnerschaft zwischen Abonnenten und «Schweizer Optiker»!
 80 % unserer Leserschaft hat den «Schweizer Optiker» zehn Jahre und länger abonniert! Diese Verbundenheit gewährleistet nicht zuletzt die Verbandsmitgliedschaft der Abonnenten.

Wie nutzen Sie den «Schweizer Optiker»?*

Pflichtlektüre	64%
Nachschlagewerk	8%
Durchblätterer, «Neu»	43%
aufgrund Hinweis	5%

Der «Schweizer Optiker» ist Pflichtlektüre für das Fachpublikum!
 Am «Schweizer Optiker» kommt man nicht vorbei! 7/3 unserer Leserschaft erachtet das Fachmagazin als unentbehrliche Pflichtlektüre.

* Mehrfachantworten möglich

Wie viele Personen lesen den «Schweizer Optiker»?

Ein vielgenutztes Fachmedium!
 Nahezu 7/3 aller «Schweizer Optiker»-Abonnements werden von mindestens drei oder mehr Personen gelesen.

Wie viel Zeit verbringen Sie pro Heft?

Langzeit-Kontakt mit dem «Schweizer Optiker»!
 78 % (!) setzen sich bis 30 Minuten oder noch länger mit den Inhalten auseinander.

Quelle: Leserbefragung Schweizer Optiker, onlineumfragen.com

Eine Wunderkammer mit unzähligen Schubladen
 Bei Lunettes Selection in Berlin sind Überraschungen garantiert.

Titel von Laurent Goffin, Bilder Lunettes Selection

Frau Goffin, was hat Sie ausgereizt? Die Idee, ein Geschäft zu eröffnen, das die Freude an Design und Qualität verbindet. Ein Ort, an dem Kunden nicht nur Brillen kaufen, sondern auch ein Stück von sich selbst mitbringen können. Das ist das Besondere an Lunettes Selection. Wir haben uns zum Zweck gesetzt, die besten Brillen zu finden, die nicht nur optisch, sondern auch ästhetisch sind. Und das ist auch der Grund, warum wir so stolz auf unsere Kunden sind. Sie haben uns zum Herzstück der Lunettes Selection gemacht. Und das ist das Beste, was ein Geschäft sein kann.

Was macht die attraktivste Augenoptikergeschäfte für Sie aus? Eine tolle Atmosphäre, ein Team, das eine spezielle Leidenschaft hat und einen gewissen Stil an den Tag legt. Insbesondere, wenn es um den Service geht. Ein Service, der über den Verkauf hinausgeht und sich auf den Kunden bezieht. Ein Service, der den Kunden und Service auch von ihnen selbst gefordert werden. Ein Service, der den Kunden für Brillenliebhaber begeistert.

Was ist das Schöne an Ihrer Berufswahl? Mein Kunde ist über Jahre hinweg für die attraktivste Augenoptikergeschäfte. Und auch aus dem Ausland mit mir. Ich bin stolz, ein Teil der Lunettes Selection Familie zu sein. Und ich bin stolz, ein Teil der Lunettes Selection Familie zu sein. Und ich bin stolz, ein Teil der Lunettes Selection Familie zu sein.

Was wünschen Sie Ihren Berufstätigen für die Zukunft? Auch in den nächsten Jahren wünsche ich mir, dass die Lunettes Selection Familie immer mehr wächst und sich weiterentwickelt. Und dass die Lunettes Selection Familie immer mehr wächst und sich weiterentwickelt.

Das Philosophie der Optikergeschäfte ist ein Geschäft. Ein Geschäft, das den Kunden und Service auch von ihnen selbst gefordert werden. Ein Geschäft, das den Kunden und Service auch von ihnen selbst gefordert werden. Ein Geschäft, das den Kunden und Service auch von ihnen selbst gefordert werden.

Terminplan 2025

Ausgabe	Anzeigenschluss kommerziell	Anzeigenschluss Stellen	Erscheinung	Themenschwerpunkte
1	06.12.2024	19.12.2024	13.01.2025	Sportbrillen
2	16.01.2025	29.01.2025	13.02.2025	Highlights Opti, Neuheiten Gläser und Geräte
3	14.02.2025	27.02.2025	14.03.2025	Ladenbau, Highlights MIDO
4	17.03.2025	28.03.2025	14.04.2025	Personalmanagement, Weiterbildung
5	10.04.2025	28.04.2025	14.05.2025	Kinderoptometrie
6	14.05.2025	27.05.2025	13.06.2025	Kontaktlinsen, Trockenes Auge
7-8	15.07.2025	28.07.2025	13.08.2024	Verkauf
9	18.08.2025	31.08.2025	15.09.2025	Nachhaltigkeit
10	16.09.2025	29.09.2025	14.10.2025	Nachfolge
11-12	17.11.2025	28.11.2025	15.12.2025	Low Vision

Ständige Rubriken: Produktneuheiten, Kurznachrichten, Fassungsdesign, Firmenportraits, Reportagen, Recht im Alltag, Betriebsführung, Nachrichten aus den Verbänden OPTIKSCHWEIZ und SBAO, Aus dem Institut, Zwei Experten.

Stress oder Wertschätzung
Wie Führungskräfte die Zusammenarbeit und Kreativität ihrer Teams steigern.

Text von Daniela Bensch

Sie können es es belegen: Managern ist es wichtig, die Zusammenarbeit in ihrem Team zu fördern und sich dabei nicht nur auf die fachliche Ebene zu beschränken, sondern auch die menschliche Ebene zu berücksichtigen. Ein Team, das sich gegenseitig unterstützt und fördert, ist in der Lage, seine Aufgaben besser zu bewältigen und ist auch in schwierigen Situationen besser ausgerüstet. An Tagen, an denen die Führungskraft die Verantwortung für die Zusammenarbeit übernimmt, ist es wichtig, die Zusammenarbeit zu fördern und die Zusammenarbeit zu stärken.

Wichtige Zusammenhänge
In der Zusammenarbeit zwischen Führungskräften und ihren Teams gibt es viele Zusammenhänge, die die Zusammenarbeit beeinflussen. Ein Team, das sich gegenseitig unterstützt und fördert, ist in der Lage, seine Aufgaben besser zu bewältigen und ist auch in schwierigen Situationen besser ausgerüstet. Ein Team, das sich gegenseitig unterstützt und fördert, ist in der Lage, seine Aufgaben besser zu bewältigen und ist auch in schwierigen Situationen besser ausgerüstet.

Die Vorteile der Zusammenarbeit
Die Zusammenarbeit zwischen Führungskräften und ihren Teams hat viele Vorteile. Ein Team, das sich gegenseitig unterstützt und fördert, ist in der Lage, seine Aufgaben besser zu bewältigen und ist auch in schwierigen Situationen besser ausgerüstet. Ein Team, das sich gegenseitig unterstützt und fördert, ist in der Lage, seine Aufgaben besser zu bewältigen und ist auch in schwierigen Situationen besser ausgerüstet.

Die Herausforderungen der Zusammenarbeit
Die Zusammenarbeit zwischen Führungskräften und ihren Teams hat auch viele Herausforderungen. Ein Team, das sich gegenseitig unterstützt und fördert, ist in der Lage, seine Aufgaben besser zu bewältigen und ist auch in schwierigen Situationen besser ausgerüstet. Ein Team, das sich gegenseitig unterstützt und fördert, ist in der Lage, seine Aufgaben besser zu bewältigen und ist auch in schwierigen Situationen besser ausgerüstet.

Die Rolle der Führungskraft
Die Führungskraft hat eine wichtige Rolle bei der Förderung der Zusammenarbeit zwischen sich und ihrem Team. Eine Führungskraft, die die Zusammenarbeit fördert, ist in der Lage, ihre Aufgaben besser zu bewältigen und ist auch in schwierigen Situationen besser ausgerüstet. Eine Führungskraft, die die Zusammenarbeit fördert, ist in der Lage, ihre Aufgaben besser zu bewältigen und ist auch in schwierigen Situationen besser ausgerüstet.

Die Bedeutung der Zusammenarbeit
Die Zusammenarbeit zwischen Führungskräften und ihren Teams ist von großer Bedeutung. Ein Team, das sich gegenseitig unterstützt und fördert, ist in der Lage, seine Aufgaben besser zu bewältigen und ist auch in schwierigen Situationen besser ausgerüstet. Ein Team, das sich gegenseitig unterstützt und fördert, ist in der Lage, seine Aufgaben besser zu bewältigen und ist auch in schwierigen Situationen besser ausgerüstet.

Die Zukunft der Zusammenarbeit
Die Zusammenarbeit zwischen Führungskräften und ihren Teams wird in Zukunft noch wichtiger werden. Ein Team, das sich gegenseitig unterstützt und fördert, ist in der Lage, seine Aufgaben besser zu bewältigen und ist auch in schwierigen Situationen besser ausgerüstet. Ein Team, das sich gegenseitig unterstützt und fördert, ist in der Lage, seine Aufgaben besser zu bewältigen und ist auch in schwierigen Situationen besser ausgerüstet.

«Schweizer Optiker» ist das einzige Fachmedium der Schweiz für die optische Branche und deshalb unverzichtbarer Werbeträger für Stellen- und kommerzielle Anzeigen.

[Zurück zur Übersicht](#)

Anzeigen – Formate & Preise

Heftformat 210 × 297 mm
Satzspiegel 180 × 260 mm

Anzeigen	s/w	4-farbig
Panoramaseite		8 640.-
1/2 Panoramaseite		6 960.-
1/3 Panoramaseite		5 040.-
1/1 Seite		3 600.-
1/2 Seite		2 900.-
1/3 Seite		2 100.-
1/4 Seite		1 400.-
1/8 Seite		690.-

Stellenanzeigen (nicht rabattberechtigt)

1/1 Seite	2 200.-	2 500.-
1/2 Seite	1 200.-	1 500.-
3/8 Seite 87 × 194 mm	910.-	1 200.-
5/16 Seite 87 × 160 mm	770.-	970.-
1/4 Seite	650.-	850.-
3/16 Seite	550.-	720.-
1/8 Seite	390.-	590.-
1/16 Seite	290.-	470.-

Alle Stellenanzeigen werden mit dem Erscheinungstag der Printausgabe online gestellt. Die vorzeitige Online-Aufschaltung wird mit einem Zuschlag von CHF 100.- berechnet.

Umschlag- und Spezialseiten (randabfallend)

Titelseite normal 210 × 230 mm	5 350.-
Titelseite attraktiv 210 × 297 mm	5 350.-
2. Umschlagseite 210 × 297 mm	3 800.-
3. Umschlagseite 210 × 297 mm	3 600.-
4. Umschlagseite 210 × 297 mm	3 960.-
vis-à-vis Inhaltsverz. 210 × 297 mm	3 800.-

Konditionen

Glanzeffekt-Druck	750.-
Platzierungszuschlag	10% des Nettopreises
Chiffre-Anzeigen	37.- (nicht rabattberechtigt)
Beraterkommission	5%
Wiederholungsrabatte	3 × 5% 6 × 7,5% 9 × 10% 10 × 12,5%

Preise für Inserenten oder Agenturen aus dem Ausland auf Anfrage. Preise in CHF zzgl. MWST. Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allg. Geschäftsbedingungen auf www.fachmedien.ch.

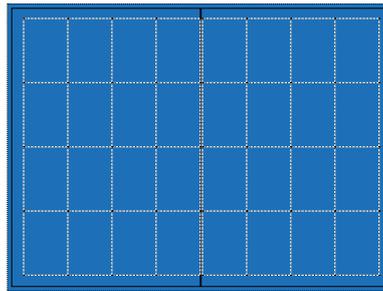
Drucktechnisches

Digitaldaten High-End-PDF. Sämtliche Schriften müssen eingebettet und die Datei muss mit Druckauflösung 300 dpi und Original-Bilddaten (CMYK-Modus) geschrieben sein.

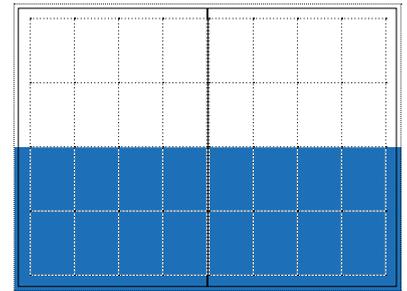
Druckunterlagen Druckfähiges PDF per E-Mail an: optiker@fachmedien.ch. Eventuell anfallende Kosten für Druckunterlagen-Herstellung werden separat nach Aufwand verrechnet.

Profil ISO Coated v2 300% **Software** Adobe InDesign, Photoshop, Illustrator, Acrobat; Microsoft Word **Druck** Bogenoffset **Raster** 70er / 355 dpi

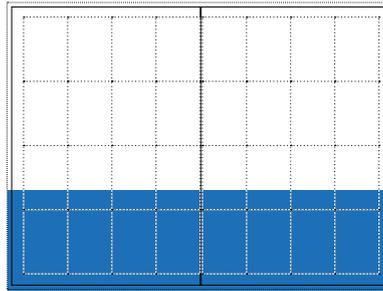
Papier hochweiss matt gestrichen, holzfrei, FSC Mix 170/100 gm²



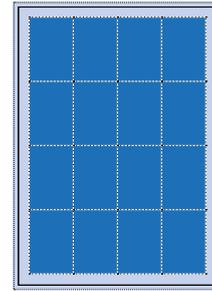
Panoramaseite
420 × 297 mm ra



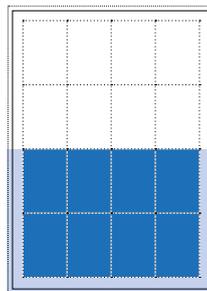
1/2 Panoramaseite
420 × 148 mm ra



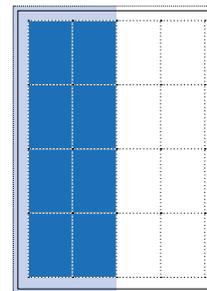
1/3 Panoramaseite
420 × 105 mm ra



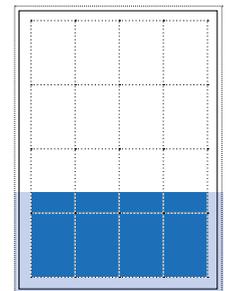
1/1 Seite
180 × 260 mm Ssp / 210 × 297 mm ra



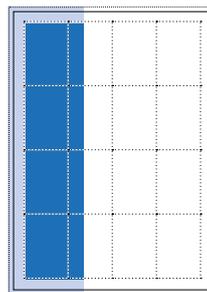
1/2 Seite quer
180 × 128 mm Ssp
210 × 148 mm ra



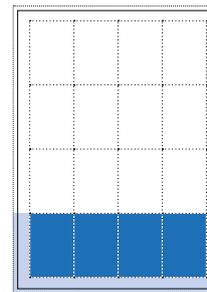
1/2 Seite hoch
87 × 260 mm Ssp
97 × 297 mm ra



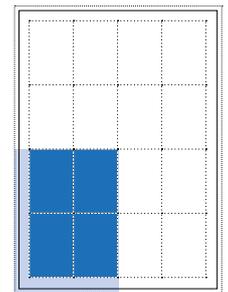
1/3 Seite quer
180 × 87 mm Ssp
210 × 105 mm ra



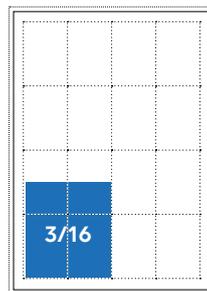
1/3 Seite hoch
56 × 260 mm Ssp
77 × 297 mm ra



1/4 Seite quer
180 × 62 mm Ssp
210 × 80 mm ra



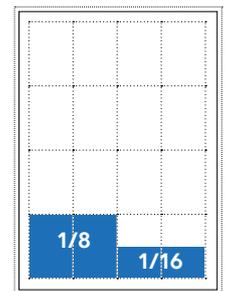
1/4 Seite hoch
87 × 128 mm Ssp
97 × 145 mm ra



3/16 Seite hoch
87 × 95 mm Ssp

1/8 Seite quer
87 × 62 mm Ssp

1/16 Seite quer
87 × 29 mm Ssp



Ssp = Satzspiegel
ra = randabfallend plus 3 mm Beschnitt

[Zurück zur Übersicht](#)

Beilagen / Beihefter

Anzuliefernde Auflage 1400 Exemplare (1200 Ex. de / 200 Ex. fr)

Beilagen

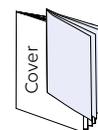
Format max.¹ 205 × 290 mm

lose eingesteckt
oder aufgelegt

	pro 1000 Ex. Werbewert	Verrechnete Auflage	Total Werbewert	Total Tech. Kosten	Preis ²
bis 25 g	2 000.–	1 400	2 800.–	160.–	2 960.–
bis 50 g	2 900.–	1 400	4 060.–	160.–	4 220.–



lose Beilage
eingesteckt



lose Beilage
aufgelegt

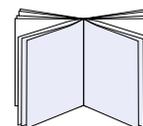
Beihefter

Heftmitte

Format max.¹ 210 × 297 mm

bis 25 g	2 300.–	1 400	3 220.–	160.–	3 380.–
bis 50 g	3 300.–	1 400	4 620.–	160.–	4 780.–

Kopfbeschnitt 8 mm



Beihefter
Heftmitte

¹randabfallend plus 3 mm Beschnitt

²zuzüglich Postaltaxen

Weitere Spezialformate auf Anfrage

Beilagen / Beihefter über 50 g auf Anfrage

Postaltaxen	pro 1000 Ex.
bis 25 g	14.–
bis 50 g	28.–
bis 75 g	42.–

Konditionen

Beraterkommission 5 %

Platzierungszuschlag Beilagen/Beihefter: 50 % vom Nettopreis

Wiederholungsrabatte auf [Seite 5](#)

Beilagenanlieferung gemäss Terminplan Seite 3

Kontakt Bledar Gashi, bledar.gashi@galledia.ch

Vermerk Beilage «XXX», Zeitschrift Schweizer Optiker «Nr./Jahr»

Lieferadresse Galledia Print AG, Burgauerstrasse 50, 9230 Flawil

Preise in CHF zuzüglich MWST.

Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf www.fachmedien.ch.

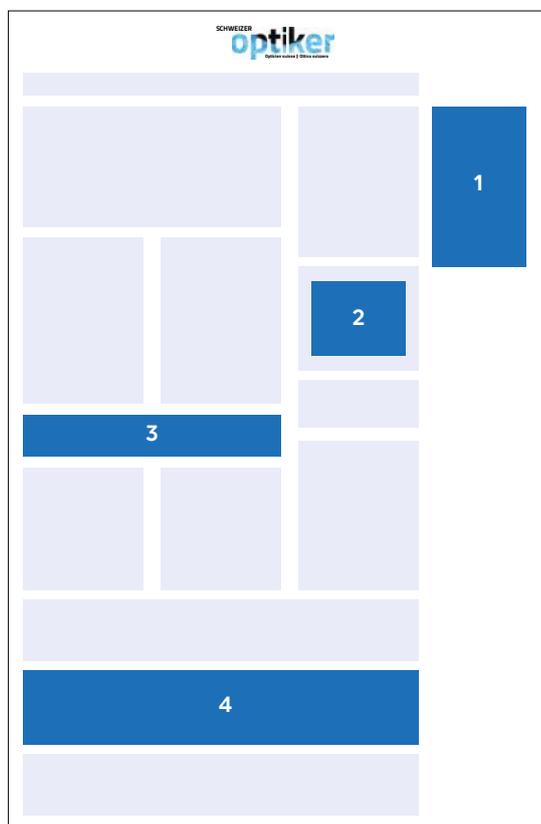
[Zurück zur Übersicht](#)

Online-Angebot – schweizeroptiker.ch

schweizeroptiker.ch ist die offizielle Plattform des «Schweizer Optiker». Alle Stellenanzeigen werden zusätzlich zum Print kostenlos auf schweizeroptiker.ch unter «offene Stellen» aufgeschaltet.

Werbeform	Format in Pixel	Platzierung	Preis 1 Monat	Preis* 3 Monate
1 Halfpage Ad	300 × 600 px	Run of Site	1100.–	2200.–
2 Medium Rectangle	300 × 250 px	Run of Site	850.–	1700.–
3 Leaderboard	728 × 90 px	Run of Site	800.–	1600.–
4 Wideboard	994 × 250 px	Run of Site	950.–	1900.–

*Preis 3 für 2



Technische Daten

- Dateigrösse** max. 200 kB
- Dateiformate** HTML5, gif, jpg, 3rd party tag
- HTML5** bitte [Spezifikationen](#) auf unserer Website beachten
- Link** immer separat schicken
- Anzahl** max. 3 Banner rotierend
- Laufzeiten** monatlich
- Anlieferung** 5 Werktage vor Kampagnenstart
- Wiederholungsrabatte** auf [Seite 5](#)

Alle Preise in CHF zzgl. MWST. Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf www.fachmedien.ch.

Besucherzahlen

Page views	7258
Visits	1951
Unique visitors	1234

Ø pro Monat, Jan - Aug 2024

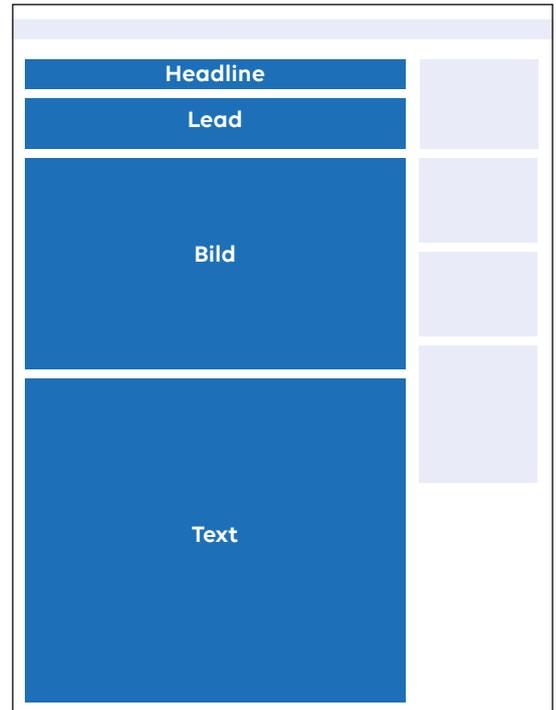
[Zurück zur Übersicht](#)

Advertorial auf schweizeroptiker.ch

Werbeform	Preis
	1 Monat
Advertorial	1250.-
Teaser	<ul style="list-style-type: none"> · Bild: lange Kante 1600 px, 72 dpi · Titel: 70 Zeichen (inkl. Leerzeichen) · Text: 250 Zeichen (inkl. Leerzeichen)
Advertorial	<ul style="list-style-type: none"> · Bilder: lange Kante 1600 px, 72 dpi · Video*: max. Länge 3 Min., Grösse 200 KB · Titel: 70 Zeichen (inkl. Leerzeichen) · Text: 2500 Zeichen (inkl. Leerzeichen)

* Lieferung als Stream (Youtube, Vimeo) mit Url des Videos

Wiederholungsrabatte auf [Seite 5](#)



Jung, aktiv, kurzsichtig?

24.06.2024

CooperVision befasst sich seit vielen Jahren mit der Augengesundheit junger Träger und Trägerinnen und hat ein Kontaktlinsenprogramm entwickelt, das genau auf Teenager und junge Erwachsene zugeschnitten ist.

50 Millionen junger Erwachsener zwischen 16 und 25 Jahren benötigen in Europa eine Sehkorrektur.¹ 58 Prozent der Kontaktlinsenträger sind unter 25 Jahren¹, wenn sie das erste Mal Kontaktlinsen tragen. Zahlen, die zeigen, dass es sich für den augenoptischen Fachhandel lohnen kann, mit jungen Erwachsenen über Kontaktlinsen als Alternative zur Brille zu sprechen und brillentragende Jugendliche für Kontaktlinsen zu gewinnen. Das Singles® by CooperVision Einmalkontaktlinsenprogramm zielt darauf ab, Augenoptikerinnen und Augenoptikern zu helfen, eine junge Kundschaft anzulocken, mit jungen Menschen über Kontaktlinsen zu sprechen, sie an die Kontaktlinse zu binden und dadurch langfristig Drop-outs zu verhindern.

Laut einer Studie von CooperVision aus dem Jahr 2021¹ beginnen elf Prozent der Jugendlichen im Alter von unter 12 Jahren mit dem Tragen von Kontaktlinsen, 44 Prozent im Alter von 13 bis 16 Jahren, 34 Prozent im Alter von 17 bis 20 Jahren und nur zehn Prozent im Alter von 21 bis 24 Jahren.¹ Dies zeigt, dass es wichtig ist, mit Heranwachsenden über Kontaktlinsen zu sprechen, wenn sie im Teenageralter sind.

„Für viele beginnt ab 16 Jahren ein wichtiger Lebensabschnitt, in dem das Tragen von Kontaktlinsen ihnen Selbstvertrauen geben kann. Für uns ist es wichtig, dass der Handel erkennt, dass die Zielgruppe der 16- bis 24-jährigen ein großes Umsatzpotential bietet. Diesen Umsatz gilt es, zu erschließen. Das gelingt aber nur, wenn man die junge Zielgruppe sowie ihre Wünsche und Bedürfnisse kennt. Darauf zielt unser Singles® Einmalkontaktlinsenprogramm für junge Erwachsene ab. Es geht darum, augenoptische Fachkräfte zu befähigen, junge Menschen für die Kontaktlinse zu begeistern. Daher bietet unser Programm Hilfestellung für die optimale Ansprache, Beratung und Anpassung“, erklärt Dr. Ole Roßbach, Head of Marketing DACH bei CooperVision. Mit dem Singles® Einmalkontaktlinsenportfolio, darunter die Marken Live®, claribi® 1 day und MyDay®, sei der Handel in der Lage, jungen Erwachsenen vielseitige Versorgungsmöglichkeiten zu bieten, die eine hohe Kundenbindung über alle Lebenszyklen hinweg ermöglichen.

Viele weitere interessante Fakten rund um Kontaktlinsen und junge Erwachsene finden interessierte Kontaktlinsenspezialisten auf der Landingpage www.coopervision.de/young-wearers. Über ein interaktives Quiz erfahren die augenoptischen Fachkräfte spielerisch Wissenswertes über die potenzielle Zielgruppe.

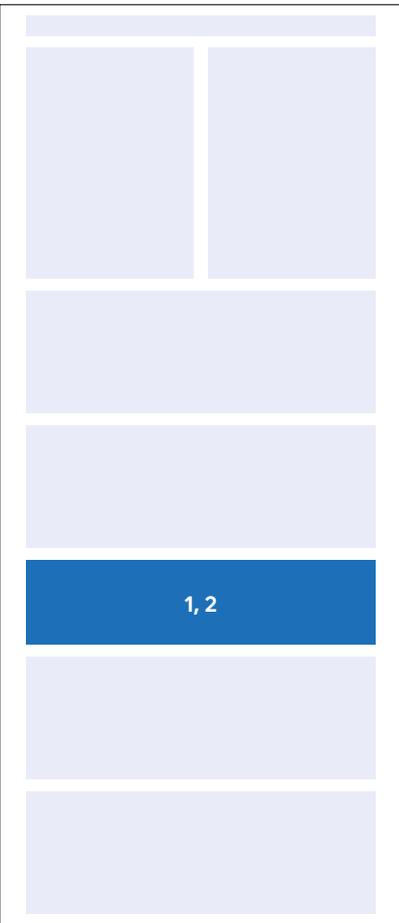
Alle Preise in CHF zzgl. MWST. Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf www.fachmedien.ch.

Beispiel Advertorial

[Zurück zur Übersicht](#)

Newsletter «Schweizer Optiker»

Werbeformen	Format	Preis/ Versand
1 Banner standard	650 × 144 px	850.–
2 Banner gross	650 × 300 px	1 600.–



Beispiel Banner im Newsletter

Technische Daten

Erscheinung	monatlich (in der ersten Woche des Monats)
Platzierung	textunterbrechend: +20%
Sprachen	zweispachig, deutsch/französisch
Dateigrösse	max. 80 kB
Dateiformate	jpg, png
Link	immer separat schicken
Datenanlieferung	per E-Mail an: optiker@fachmedien.ch

Empfänger

Newsletter-Abonnenten	630
Öffnungsrate	ca. 50%

Alle Preise in CHF zzgl. MWST. Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf www.fachmedien.ch.

[Zurück zur Übersicht](#)

Kontakt



Leitung Medienberatung

Daniel Baer
+41 79 338 89 18
daniel.baer@fachmedien.ch



Chefredaktion

Denise Dollinger
T +41 58 344 91 26
denise.dollinger@galledia.ch



Sachbearbeitung

Sandra Verardo
T +41 44 928 56 35
optiker@fachmedien.ch

FACHMEDIEN - Zürichsee Werbe AG

Tiefenastrasse 2, CH-8640 Rapperswil-Jona
Telefon +41 44 928 56 11, E-Mail: info@fachmedien.ch
www.fachmedien.ch

Wir sichern Ihnen
die besten Werbeplätze.

