



1998/26 Homestory

<https://jungle.world/artikel/1998/26/home-story>

Home Story

<none>

Vergessen Sie alles, was Sie in der taz gelesen haben: Jungle World - das Jungle World - das "praktisch anzeigenfreie Blatt". Von wegen! Wieder mal war der Anzeigenraum viel zu knapp, wieder kam die Anzeigenabteilung mächtig ins Rotieren, um alle Kundenanfragen zu befriedigen - da drängelten sich potente Großkunden um die besten Plätze, z.B. kämpfte ein Medientycoon aus Hamburg um eine Vierfarb-Anzeige für sein "Kaderfrühstück" mit ausgewählten Schulungskräften. Allerdings verlangte er die für Veranstaltungshinweise üblichen Konditionen.

Deshalb gehen wir jetzt noch einen Schritt weiter und bieten unseren Kunden aus Industrie, Handel und Banken exklusive Sonderflächen für ein außergewöhnliches Publikum. Während herkömmliche Lifestylemagazine wie Max ihre Werbung immer noch diskret im Heftinneren verbergen, plazieren wir unsere Anzeigen auf dem Titelbild. Dieses Angebot gilt ab sofort!

Noch zögert die Wirtschaft, wir zögern nicht. Selbst delikate Kunden, die nie eine Kampagne in Jungle World gebucht haben, können die Vorteile unseres bekanntermaßen konsumfreundlichen Blatts in Anspruch nehmen und finden sich im Handumdrehen in einem ihrem Produkt angemessenen Umfeld wieder. Jacobs-Kaffee mußte den Anfang machen; weil die nicht buchten, wurden sie geschaltet.

Was haben Sie, lieber Leser, nun davon? Nichts. Wir dagegen erwarten umgehend eine Tonne Krönung light. Andernfalls kommt aufs nächste Titelblatt ein Päckchen Onko.