



Sveriges attraktivaste målgrupp!

Husbilen Test 2010

Vi fortsätter fokusera på tester, reportage, intervjuer, debattartiklar och nyttig konsumentinformation.

Tester

I varje utgåva testas minst tre husbilar. Två nya och en begagnad. Testerna är mycket rikt illustrerade och ämnar ge en god känsla för produkten. Vi har under året fått massor av beröm från läsarna för att vi arbetar med bilder snarare än långa texter.

Målet med varje test är att belysa produkten och utse en målgrupp.

Mässreportage

Ett bra sätt att visa konsumenten vilken mångfald husbilsvärlden erbjuder är att åka på mässor. Inte bara i Sverige utan i hela världen. Det öppnar ögon, berikar, utbildar och skapar köplust. Det kan tyckas onödigt att visa amerikanska eller australienska husbilar. Men vi har en mycket intresserad läsekrets och de vill veta. Faktiskt är vårt USA-Specialnummer det mest nedladdade numret på nätet.

Reportage

Vi besöker fabriker, beskriver den produktionstekniska verklighet som råder. Intervjuar branschfolk, både svenska och utländska. Allt för att visa att producenterna är lika glada i husbilar som användarna är. Ska husbilshobbyn ha en positiv utveckling måste kunderna veta i vilken verklighet tillverkarna lever och hur de ser på saker. Husbilen Test är gärna länken mellan bransch och konsument.

Begagnat

Nästan alla husbilsägare har börjat sin hobby i en begagnad husbil. Därför är det naturligt för oss att ha en stor begagnatavdelning i tidningen. Det kan handla om hur man underhåller en husbil, reportage om klassiska husbilar, en stor begagnatmarknad eller vår mycket populära "Omvärderingen" där vi testar en begagnad husbil och ser hur den står sig idag.

Då vi är en renodlad husbilstidning och inte någon campingtidning när vi en mycket homogen läsekrets. Dessutom köpstark. Våra läsare är välbärgade +55 åringar med smak för fritid och livets goda.

Är du i husbilsbranschen vet du att alla som läser tidningen är intresserade av din produkt. I vilken annan tidning är det så? Normalt är svinnet stort vid annonsering då tidningar lockar en splittrad läsekrets.

Att vi hittat rätt med vårt koncept ser vi på förnyelserna av prenumerationer. Normalt i tidningsvärlden är förnyelser på 55-60%. Husbilen Test ligger på 80%! Och det utan att erbjuda våra läsare premier i form av ficklampor, miniräknare eller dylikt. De köper tidningen, punkt!

Vi håller kontakten

Svante Svensson
PM-Press Media

Utgivningsdagar 2010

Nr 1	26/1	Material 4/1
Nr 2	9/3	Material 17/2
Nr 3	20//4	Material 31/3
Nr 4	1/6	Material 12/5
Nr 5	13/7	Material 23/6
Nr 6	24/8	Material 4/8
Nr 7	12/10	Material 22/9
Nr 8	7/12	Material 18/11



Tester



Intervjuer



Fabriksbesök



Mässreportage



Nyheter från hela världen



Premiärer



Teknik



Begagnat





ANNONSPRISER 2010

Annonsbokning

Svante Svensson
08-759 60 75
0706-691 105
pm-press.media@telia.com

PM Press Media
Films Prästgård 2070
748 92 Österbybruk

Annonsmaterial

Digitalt material antingen mailas eller postas på en DVD till nedanstående adresser. Märk med "Husbilen annonsmaterial, ditt företagsnamn"

husbilentest@telia.com

Förlags AB Fri Tid
Turnévägen 2
142 43 Skogås



Omslag
sid 2 eller 4

19 000:-

Uppslag
434x280 mm utfallande
414 x 260 mm satsyta

22 000:-

1/1-sida
217x280 mm utfallande
192x260 mm satsyta

15 000:-

1/2-sida
10 000:-

217x139 mm utfallande
192x129 mm satsyta

107
x
280 mm
utfallande

97
x
260 mm
satsyta

44
x
260
mm

1/4-sida
6 000:-

97
x
129 mm

54
x
280
mm
utfallande

192x59 mm
217x70 mm utfallande

Övriga format och bilagor offereras

Vi kan alltid få plats med mindre annonser eller udda format om vi får tid att planera för det. Fråga gärna!

Tekniska krav

- Dokumentet döpes till annonsörens namn, tidning och utgåva.
- PDF-filer ska vara högupplösta och gjorda i Acrobat Distiller 4.05–6.0. (vers. 1.3). Inga andra PDF-program eller versioner kan accepteras, t ex PDF-filer genererade i QuarkXPress eller InDesign.
- Annonsen ska vara i rätt storlek, dvs 100% av den bokade ytan.
- Utfallande annonser ska ha skärsmån på 5 mm på alla sidor. Texter och viktiga bilddelar placeras inom satsytan (190x265 mm).
- Färgerna ska vara i CMYK. RGB, Pantone el sk spotfärger/dekorfärger får ej förekomma. Ett digitalt provtryck måste bifogas.
- Bilderna ska vara högupplösta, CMYK 300 dpi. OPI-länkade bilder får ej förekomma, ej heller flera nivåer i EPS.
- EPS-filer från illustrationsprogram, t ex Illustrator, sparas i utskriftsupplösning 2 400 dpi
- Max färgmängd är 320%. Sista sluttryckande punkt är 5%. Vid tryckning ac heltäckande svart bör det läggas 30% cyan bakom. Svartvita bilder bör göras i 4-färg.
- Enbart godkända typsnitt, Postscripttypsnitt av typ 1, samt OpenType får användas. Positiva texter får ej understiga en tjocklek av 0,3 mm och negativa 0,4 mm.
- Annonser gjorda i Word kommer att sättas om, mot en kostnad, varför detta bör undvikas.