



Die Verkaufsleiter Werner Schneider und Roland Gölles mit Leykam-Vorstand Josef Scheidl (v.l.).

„

„Reichweite und Interessenspezifikation sind kein Widerspruch; ein intelligentes Konzept und die zeitgemäße Abbildung in allen relevanten Kanälen machen das ‚110%‘ Magazin für Leser und Werbekunden attraktiv.

Josef Scheidl
Vorstand Leykam

“

Expansionskurs

Leykam Print erweitert sein Portfolio und steigt mit einer strategischen Beteiligung beim Impresso Verlag ein.

WIEN. Mit einer aktuellen strategischen Beteiligung am Impresso Verlag verstärkt sich die Leykam Print Holding AG nun im Verlagsgeschäft. Mit dem Impresso Verlag und den beiden Produkten *meinPlus Direkt-Kommunikationsmedium* und dem *110% Sport- & Lifestyle* Magazin ergänzt man das Portfolio. Weitere Titel, vor allem im Corporate Publishing-Segment, stehen zudem vor der Realisierung.

Portfolio-Erweiterung

Gerhard Poppe, Leykam-Vorstandsvorsitzender: „Das ist ein strategischer Schritt für uns, weil wir damit ein Komplettangebot für Werbekunden in Händen haben und vom Druck bis zur Zustellung an den Werbekonsumenten eine Gesamtdienstleistung anbieten können.“

„

360 Grad-Kommunikation, vom haptischen Magazin mit relevanter Reichweite bis zur interaktiven Story in den Sozialen Medien – damit bietet das Lifestyle Magazin ‚110%‘ auch ein 360 Grad-Werbeumfeld und positioniert sich zukunftsweisend am Magazinmarkt.

Roland Gölles
Verkaufsleiter
Leykam

“

Nachdem bereits der Großteil der heimischen Flugblätter und Werbeprospekte von der Leykam gedruckt wird, ergänzt *meinPlus* nun die Leistungskette der Leykam.

Qualität & Exklusivität

„Als neuartiger ‚Werbeumschlag‘ bietet *meinPlus* seit gut einem Jahr ein umfassendes Leistungsspektrum an adressierter nationaler Direktwerbung in Österreich und verfolgt das Ziel, den Flugblattkunden durch mehr Qualität und Exklusivität eine bessere Wahrnehmung und Resonanz zu ermöglichen. Um auch in Zukunft am Flugblatt-Markt erfolgreich zu bleiben, steht die Markteinführung eines multifunktionalen und interaktiven, elektronischen *meinPlus* als nächster Schritt vor der Umsetzung“, so Poppe. Vorstand Josef Scheidl dazu:

„Die Zukunft des gedruckten Papiers am Werbemarkt kann nur mit einem digitalen und interaktiven Konzept gesichert werden“, und Verkaufsleiter Roland Gölles ergänzt: „Das Flugblatt ist der Klassiker der Werbung, und mit *meinPlus* bieten wir den Werbekunden nun ein umfassendes Fullservicepaket – von der Produktion bis zur Zustellung an die Konsumenten – aus einer Hand und damit wollen wir im Verkauf punkten.“

Das zweite Produkt, *110% Sport- & Lifestyle* wird in Kooperation mit der Presse seit einem Jahr als breit definiertes Special Interest-Magazin mit Lifestylefaktor etabliert. Es erscheint mit einer Auflage von knapp 300.000 Stück fünf Mal im Jahr ereignisbezogen und verbindet die beiden lebensnahen Themen Lifestyle und Sport auf hintergründige Weise. (red)