

### Positionierung

MERCEDESClassic atmet die Leidenschaft für Old- und Youngtimer in einer modernen Welt. Stärker als zuvor zelebriert das Magazin einen ganzheitlichen Vintage-Lifestyle ebenso wie die Liebe zum Detail klassischer Automobile – nachhaltiger Luxus in seiner schönsten Form. Souverän und sophisticated taucht das Magazin tief ein in die Welt klassischer Fahrzeuge und geht mit ihnen auf Reisen. Es lädt ein zum Staunen, teilt Wissen mit Liebhabern in aller Welt und ermächtigt sie, als Experten in ihrer Community aufzutreten. Es versteht alte Ikonen als Zeichen für Innovation, denn Geschichte ist stets auch nach vorn gerichtet. So edel wie die Fahrzeuge sind, ist auch das neue Look & Feel von MERCEDES Classic: zeitlose Schönheit in Form und Inhalt.

### Die Welt von MERCEDES Classic

„Heritage“ als Narrativ kann wohl niemand so authentisch vermitteln wie Mercedes-Benz. Mit einer über hundertjährigen Geschichte wird diese Welt weit über das Classic Magazin und seine Online-Präsenz hinaus erlebbar. So zeigt das Mercedes-Benz Museum als einziges die mehr als 130-jährige Geschichte des Automobils – lückenlos vom ersten Tag an – und nimmt den Besucher mit auf eine einzigartige Zeitreise. Die Ikonen „on the road“ werden live und hautnah auf zahlreichen Travel Experiences erlebbar. In ca. 80 Classic Clubs und auf Retro-Messen weltweit trifft sich die leidenschaftliche Community zum Austausch. Darüber hinaus bietet Mercedes-Benz mit All Time Stars einen Online-Marktplatz und vertrauensvolle Expertise für die legendären Fahrzeuge.

### Redaktionelle Inhalte

Das „Warm up“ ist der emotionale Einstieg in die Welt von MERCEDES Classic mit Neuigkeiten und Tipps. Im Hauptteil finden die Leser in Wort und Bild kraftvoll erzählte Geschichten über die schönsten Autos der Mercedes-Geschichte, überraschende Portraits von Sammlern und Helden des Motorsports aber auch von Ikonen des Designs wie Alvar Aalto. Sinnlich inszenierte Reise-Reportagen führen den Leser an die schönsten Orte der Welt und geben besondere Empfehlungen zum Verweilen, Erleben und für kulinarische Highlights. Den Ausklang bildet der service-orientierte Community-Teil mit Infos zu den Clubs, einem Marktplatz und profunder Kaufberatung.

### Die MERCEDES Classic Community\*



Mit einer verbreiteten Auflage von rund 122.000 Exemplaren\* in deutscher und englischer Sprache erreicht das Classic Magazin eine exklusive Leserschaft – über den Kiosk, im Abo und die Classic Clubs: **97%** sind männlich, **62%** sind 20-59 Jahre alt, **64%** haben Abitur. Sie zeichnen sich durch ein weit überdurchschnittliches HHNE aus: **30%** 5.000 – 10.000 Euro und **14%** sogar mehr als 10.000 Euro. Mit einer enormen Kaufkraft, der Vorliebe für einen exklusiven Lebensstil und einem großen Interesse an Neuem wird diese Community zu einer hochattraktiven Zielgruppe.

\*ca. 86.654 deutsche Ex. und ca. 35 Tsd. englische Ex., Quelle: IVW Ø 2017, englische Version: Verlagsangabe; Leserbefragung 1/2013

### Termine 2018

	ET	AS	DU
<b>1/2018</b>	16.03.2018	19.01.2018	02.02.2018
<b>2/2018</b>	20.07.2018	28.05.2018	12.06.2018
<b>3/2018</b>	30.11.2018	01.10.2018	12.10.2018

Hinweis: Druckunterlagen müssen in deutscher und englischer Version angeliefert werden.



**Verbreitung:**  
121.654  
in deutscher  
+ englischer  
Fassung\*

### Preise 2018

2/1 Seite	16.600 Euro
1/1 Seite	8.300 Euro
1/2 Seite	4.200 Euro

Opening Spread	19.100 Euro
1. Doppelseite	18.300 Euro
2. Doppelseite	17.500 Euro
U4	10.000 Euro
U2	9.600 Euro
U3	9.200 Euro
1. rechte Seite	9.200 Euro
2. rechte Seite	8.800 Euro

### Verlagsangaben

Frequenz:	3x im Jahr
Copy-Preis:	6,80 EUR

### Kontakt

Anke Wiegel  
iq media marketing gmbh  
Ein Unternehmen  
der HANDELSBLATT MEDIA GROUP  
Telefon 040 3280 - 345  
E-Mail anke.wiegel@iqm.de  
Internet www.iqm.de/mercedes-classic

Doris Bielstein  
iq media marketing gmbh  
Ein Unternehmen  
der HANDELSBLATT MEDIA GROUP  
Telefon 040 3280 - 2906  
E-Mail doris.bielstein@iqm.de  
Internet www.iqm.de/mercedes-classic