

PREDSTAVITEV ČASOPISA GORENJSKI GLAS

Gorenjski glas je pokrajinski časopis, ki pokriva širše območje Gorenjske. Je osrednji gorenjski časopis z bogato tradicijo saj neprekinjeno izhaja že od leta 1947, njegovi zametki pa segajo v daljnje leto 1900. Je poltednik, ki izhaja ob torkih in petkih, v nakladi 19. tisoč izvodov. Je neodvisen, politično uravnotežen časopis z novicami z vseh področij življenja in dela Gorenjcev, pa tudi širše. Piše o vsem, kar ljudi zanima, ali kot pravimo:

Gorenjski glas je časopis z največ novicami z Gorenjskega. V dobrem in slabem. V veselju in žalosti. Od jutra do večera, pozimi in poleti. Je časopis za vse, ki imamo radi našo prelepo, razgibano in zanimivo Gorenjsko.

- ▶ Gorenjski glas je regionalni časopis, ki statistično doseže kar četrtno Gorenjcev.
- ▶ Bralci Gorenjskega glasa so večinoma odrasli (58 % je starih nad 35 let), največkrat se zanj odločajo potem, ko se ustalijo z družino (poročenih je 63,7 %). Časopis ponavadi prehaja iz ene generacije v drugo.
- ▶ Največ bralcev je zaposlenih ali upokojencev (84 %).
- ▶ Trend branosti je stabilen, kar dokazuje, da imamo zveste bralce in naročnike.
- ▶ Časopis dopolnjujemo z rednimi, brezplačno lokalno distribuiranimi prilogami: Kranjčanko, Ločanko, Sotočjem, Jeseniškimi novicami, Deželnimi novicami, Kranjskim glasom, Zgornjesav'cem, Novicami izpod Krvavca, Jurijem, Novicami občine Žirovnica, Pr'jezer, Viharnikom, Belco in Mojo Gorenjsko, s čimer dosežemo tudi bralce, ki ne berejo Gorenjskega glasa. Vsak petek je časopisu priložen tudi popoln TV spored TV Okno. Ob koncu leta pa časopis obogatimo še z Letopisom, ki kronološko povzame najpomembnejše dogodke iztekajočega se leta.
- ▶ Časopis je oblikovan moderno, predvsem pa pregledno in čitljivo ter je v skladu s sodobnimi načeli funkcionalnosti razdeljen v tematske svežnje; aktualni, gospodarski z zanimivostmi, kažipot in mali oglasi, Razvedrilo.
- ▶ 37,4 % anketiranih je povedalo, da je v zadnji številki Gorenjskega glasa prebralo vsaj en članek v celoti, kar pomeni, da so časopis tudi prelistali.
- ▶ Najnovejši podatek o branosti: doseg 2,7 / 45.000 bralcev (vir: NRB 2010 in Raziskava branosti Fakultete za organizacijske vede Kranj).

CENIK GORENJSKI GLAS

OGLASI V ČASOPISU	črno-beli oglas	barvni oglas
velikost oglasa	cena EUR	cena EUR
1 cm višine v stolpcu (širine 3,9 cm*)	17	22
1/1 strani = VI/39,1 (brez pagine)	3.988	5.161
1/2 strani = VI/19,1 ali III/39,1 ali IV/29,6	1.948	2.521
1/4 strani = III/19,1 ali VI/9,5 ali II/28,6 ali IV/14,3	969	1.254
1/8 strani = III/9,5 ali II/14,3 ali IV/7,2	485	627
1/16 strani = II/7,6 ali III/5,25	258	334
oglas v rubriki HALO-HALO = II/0,5	19	
oglas v rubriki HALO-HALO = II/1	38	
razpisi = I/1	19	

* vse številčne mere v ceniku so navedene v centimetrih, rimske številke pa označujejo število stolpcev

ŠIRINA STOLPCEV	
en stolpec	3,9 cm
dva stolpca	8,3 cm
trije stolpci	12,7 cm
štirje stolpci	17,1 cm
pet stolpcev	21,5 cm
cela stran (šest stolpcev)	25,9 cm
višina cele strani (brez pagine)	39,1 cm
višina cele strani (s pagino)	36,3 cm

DOPLAČILA	
prva stran spodaj	+ 150 %
zadnja stran	+ 100 %
malooglasna in izbrana bralna	+ 20 %
edini oglas na strani*	+ 50 %

*najmanjša dimenzija je 1/8 strani

UGODNOSTI

- popusti na število objav: serije 4+1 (- 20 %), 6+2 (- 25 %) ali 8+3 (- 27 %)
- pogodbenim poslovnim partnerjem glede na dogovorjeni letni obseg poslovanja odobrimo pri vsaki objavi dogovorjen popust, kar velja tudi za vlaganje tiskovin oziroma reklamnih letakov

VLAGANJE V ČASOPIS

teža vložnega gradiva	cena EUR
do 15 g	0,096
od 15 g do 25 g	0,108
od 26 g do 45 g	0,144
od 46 g do 65 g	0,180
od 66 g do 100 g	0,192

Za vlaganje težjih tiskovin (največja teža znaša 250 gramov) in netiskanih prilog (vzorcev in podobnega do teže 250 gramov) je potreben poseben dogovor.

ROKI ZA ODDAJO GRADIVA

- za petkovo izdajo do srede do 8. ure in za torkovo izdajo do petka do 8. ure
- za večje objave in ostale posebne želje je obvezna predhodna rezervacija
- naročila in gradivo za kontaktno rubriko HALO – HALO sprejemamo do 11. ure na dan pred izidom

TEHNIČNA NAVODILA

Oglase in PR članke v digitalni obliki lahko dostavite na disketi ali CD-ju, ali jih pošljete preko elektronske pošte. Slike morajo biti shranjene v formatu TIF, JPG ali EPS, z ločljivostjo najmanj 250 dpi (v velikosti 100 %). Oglasi morajo biti shranjeni v CMYK barvnem prostoru, v EPS ali PDF formatu. Če pošiljate oglase v odprti datoteki (CDR), morajo biti fontni obvezno v krivuljah. Oglasi, izdelani v formatu PDF morajo biti shranjeni s stopnjo kompresije, ki je sprejemljiva za tisk (Press Optimized).

Cenik velja od 1. 3. 2011. V cenah ni upoštevan DDV 20 % (splošna stopnja).