

Das NRW-Paket 2012

drei Medien + zwei Vermarkter + ein Ansprechpartner = doppelte Qualität

www.crossmedia-paket-nrw.de

Köln / Hamburg März 2012

Regio-Targeting bietet Ihnen Vorteile!

➤ Kombinieren Sie die Medienvorteile **Leistungsstärke, redaktionelle Glaubwürdigkeit und Kompetenz** der Qualitätsmedien 1LIVE, WDR 2, DER SPIEGEL und SPIEGEL ONLINE.

➤ Profitieren Sie von der **attraktiven Zielgruppenqualität** der Medien 1LIVE, WDR 2, DER SPIEGEL, SPIEGEL ONLINE: gute Ausbildung, gute Berufsstellung, hohes Einkommen.

➤ Sichern Sie sich die **mehrkanalige Ansprache** dieser wichtigen Konsumentengruppe in den relevanten Qualitätsmedien 1LIVE, WDR 2, DER SPIEGEL, SPIEGEL ONLINE in Nordrhein-Westfalen.



Inhalt

- 1 Steckbriefe**
- 2 Nutzerstrukturen
- 3 Angebot
- 4 Zusatzinformationen

Ihre Qualitätsmedien in Nordrhein-Westfalen

1LIVE. Der Hinhörsender! Qualität. Pur. 14 – 39.

- 1LIVE **unterhält, informiert**, bewegt die junge Zielgruppe. **Spannend, witzig** und ohne ein Blatt vor den Mund zu nehmen.
- So können und werden **wichtige Themen** dieser Zielgruppe vermittelt und regen diese zum Nachdenken an. 1LIVE gibt dabei keine Meinung vor, sondern **bietet die Infos**, die die Hörer dazu bringen, sich eine eigene zu bilden.
- Es gibt tagesaktuelle **Themenspecials, Services** und **viele Events live vor Ort** in ganz NRW. Neben aktuellen Hits läuft innovative Musik aus Pop, Rock und Alternative.

Basisinformationen

Wort-/Musikanteil:	30/70
Musikformat:	Topaktuelle Chart-Musik sowie innovativer Pop und Rock
Kernzielgruppe:	14 - 39 Jahre
Sendegebiet:	Nordrhein-Westfalen
Werbung:	6-18 Uhr 1 Werbeblock zur vollen Stunde



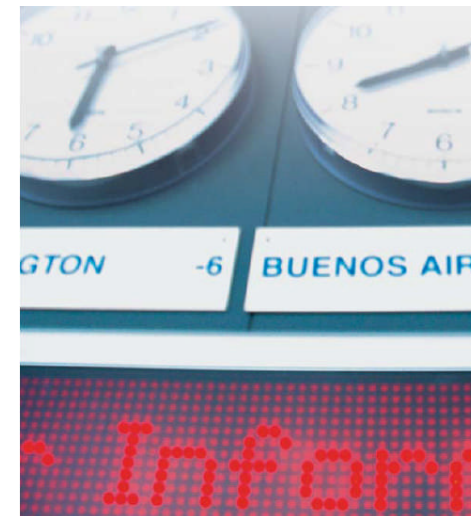
Ihre Qualitätsmedien in Nordrhein-Westfalen

WDR 2. Der Nachrichten- und Infosender! Qualität. Pur. 25-59.

- **Echter Journalismus und Glaubwürdigkeit** sind das Marken-zeichen des Senders. Sei es bei den großen Nachrichten **aus aller Welt** oder bei einer der vielen **regional** produzierten Sendungen der Landesstudios in NRW. Die **Berichterstattung bleibt stets präzise**, die Sprache klar und verständlich.
- Als Verkehrssender Nr. 1 in NRW **informiert** der Sender **rund um die Uhr**.
- WDR 2 steht auch für die legendäre **Bundesliga-Konferenz „Liga Live“**. Sie wird bundesweit auch von anderen öffentlich-rechtlichen Sendern übertragen.

Basisinformationen

Wort-/Musikanteil:	40/60
Musikformat:	Rock- und Popmusik jenseits schnellebiger Trends
Kernzielgruppe:	25-59 Jahre
Sendegebiet:	Nordrhein-Westfalen
Werbung:	6-18 Uhr 2 Werbeblöcke, jeweils zur halben und zur vollen Stunde



Ihre Qualitätsmedien in Nordrhein-Westfalen

SPIEGEL ONLINE

- SPIEGEL ONLINE liefert die Story hinter der Meldung, Enthüllungsgeschichten, Reportagen, Analysen sowie Kommentare und Kolumnen von renommierten Autoren.

SPIEGEL ONLINE erreicht in Nordrhein-Westfalen*

- 980.000 Unique User pro Woche

Ø Page Impressions pro Woche

- 22,8 Mio (Ad Server Dezember 2011)

SPIEGEL ONLINE VIDEO erreicht in Nordrhein-Westfalen *

690.000 Unique User pro Monat.

Ø Page Impressions pro Monat

- 1,3 Mio (Ad Server Dezember 2011)

*(AGOF internet facts 2011-10)

SPIEGEL ONLINE



Ihre Qualitätsmedien in Nordrhein-Westfalen

Spiegel – Leser wissen mehr.

- Der SPIEGEL steht in Deutschland zu Recht als Synonym für investigativen Journalismus. Exklusive Nachrichten und fundierte Analysen des Zeitgeschehens sind seit jeher die Domäne des SPIEGEL – das macht ihn gegenüber den anderen Medien so einzigartig.
- Um diesem Anspruch zu genügen konzentriert sich der SPIEGEL auch weiterhin auf seine Stärken wie intensive Recherche, gründliche Hintergrundinformation, ausführliche Geschichten mit verlässlicher Qualität.

DER SPIEGEL erreicht in Nordrhein-Westfalen*

- 1.364.000 Leser pro Ausgabe
- Druckauflage: 194.000 Exemplare

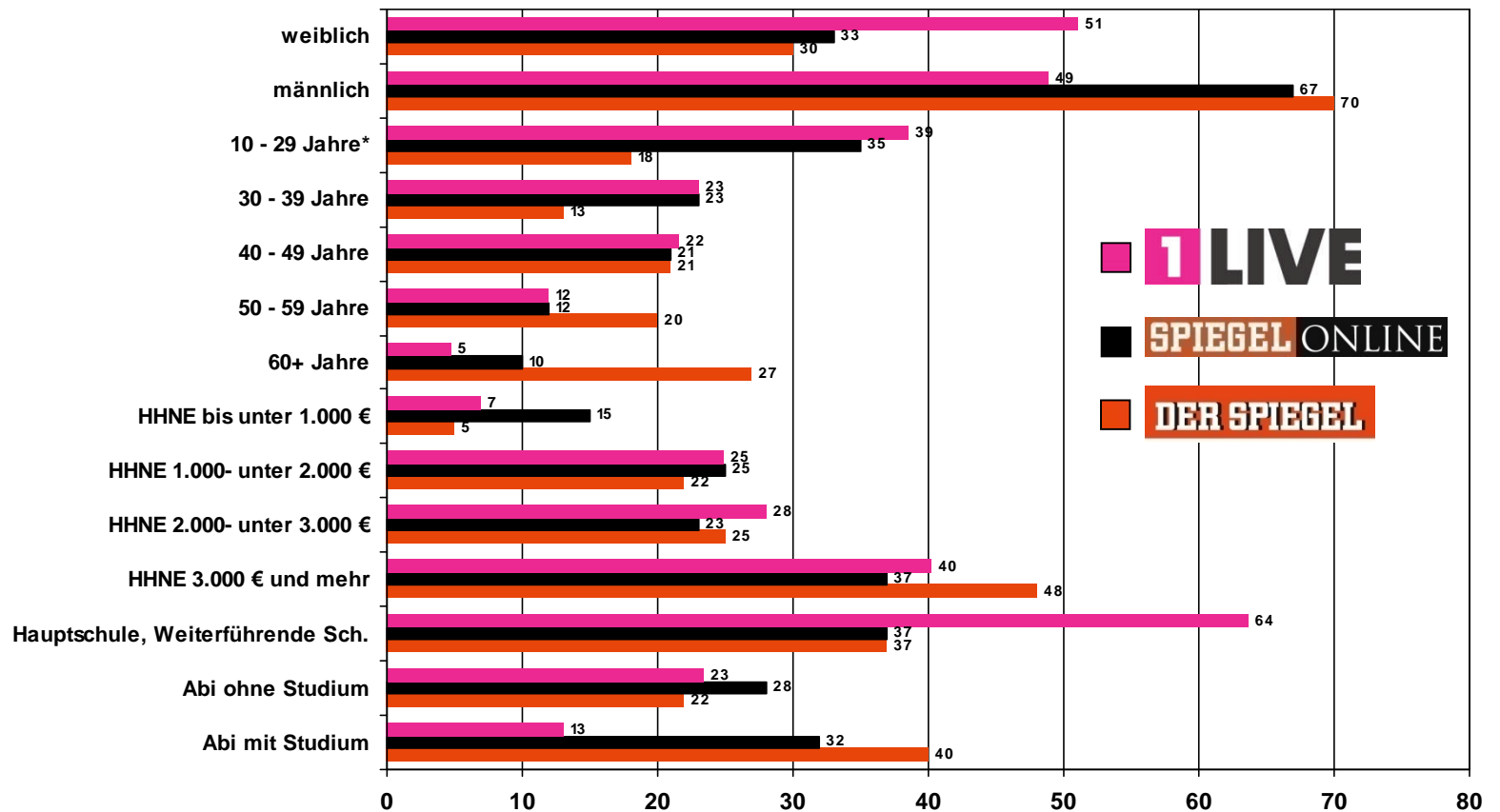
*(MA 2012 Print II)



Inhalt

- 1 Steckbriefe
- 2 Nutzerstrukturen**
- 3 Angebot
- 4 Zusatzinformationen

Ihre Qualitätsmedien in NRW – Strukturen in %



* DER SPIEGEL, SPIEGEL ONLINE 14-29 Jahre

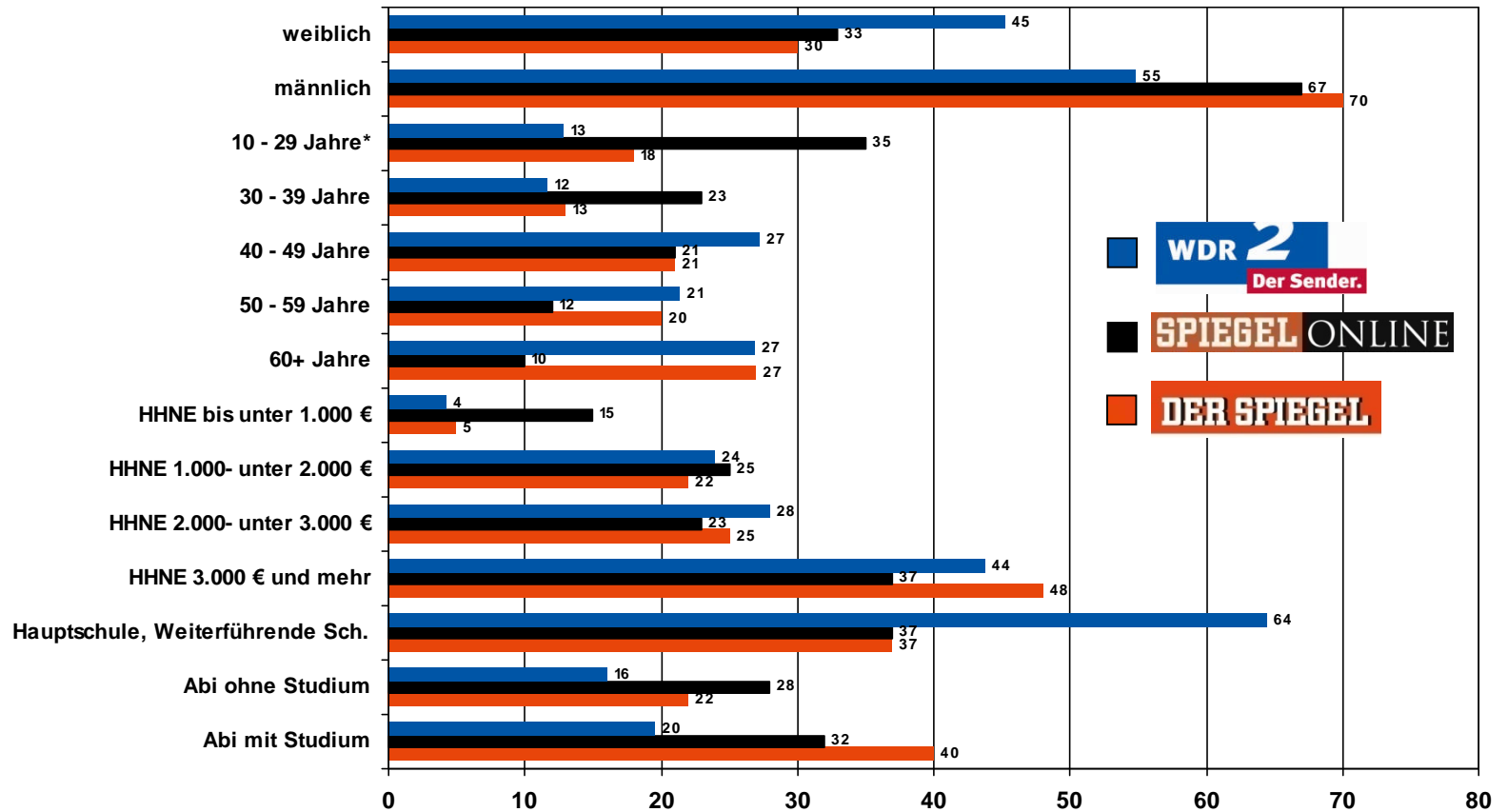
Quellen:

1LIVE: ma 2012 Radio I, 954 Tsd. Hörer in NRW (Dspr.Bev.10+) , Ø-Std. 6-18 Uhr, Mo-Fr, Bruttokontaktsummen-Werbeträgerreichweite

DER SPIEGEL: MA 2012 Print I, 1.364 Tsd. SPIEGEL Leser in NRW

SPIEGEL ONLINE: AGOF internet facts 2011-10, 980 Tsd. SPIEGEL ONLINE Unique User pro Woche in Nordrhein-Westfalen (Nielsen 2)

Ihre Qualitätsmedien in NRW – Strukturen in %



* DER SPIEGEL, SPIEGEL ONLINE 14-29 Jahre

Quellen:

WDR 2: ma 2011 Radio I, 893 Tsd. Hörer in NRW (Dspr.Bev.10+) , Ø-Std. 6-18 Uhr, Mo-Fr, Bruttokontaktsummen-Werbeträgerreichweite

DER SPIEGEL: MA 2012 Print I, 1.364 Tsd. SPIEGEL Leser in NRW

SPIEGEL ONLINE: AGOF internet facts 2011-10, 980 Tsd. SPIEGEL ONLINE Unique User pro Woche in Nordrhein-Westfalen (Nielsen 2)

Inhalt

- 1 Steckbriefe
- 2 Nutzerstrukturen
- 3 Angebot**
- 4 Zusatzinformationen

Mehrkanalige Ansprache in Nordrhein-Westfalen

Radiomodule:

Mindestbudgets brutto in € (Spotlängen ab 15 Sekunden)	1LIVE	€ 29.500,- brutto pro Woche*
	WDR 2	€ 19.000,- brutto pro Woche*

Onlinemodule (Beispiele):

Rotation NRW:		
Superbanner 200.000 Pls	SPIEGEL ONLINE	€ 5.000,- brutto für 1 Woche
Promotion Ad 200.000 Pls	SPIEGEL ONLINE	€ 5.000,- brutto für 1 Woche
Skyscraper 200.000 Pls	SPIEGEL ONLINE	€ 7.000,- brutto für 1 Woche
Content Ad 200.000 Pls	SPIEGEL ONLINE	€ 9.000,- brutto für 1 Woche
Wallpaper 200.000 Pls	SPIEGEL ONLINE	€ 13.000,- brutto für 1 Woche
PreRoll Ad 200.000 Pls	SPIEGEL ONLINE	€ 14.000,- brutto für 1 Monat

Printmodule:

1/1 Seite in NRW	DER SPIEGEL	€ 15.725,- brutto**
Beilage bis 20g in NRW	DER SPIEGEL	€ 20.490,- brutto**

- Bewertung zu nicht buchbaren Durchschnittspreisen , ma 2012-I, D-Std. 06-18 Uhr, Mo-Fr, Sa, Hörer gesamt NRW (Dspr.Bev.10+), mind. 3 Ø-Kontakte bei einem Format von 20 Sekunden.
- ** Es handelt sich um nicht buchbare gerundete Durchschnittspreise.

Sie haben einen
Werbespot und wollen Ihre
Kampagne regional
visuell verstärken?
Belegen Sie zusätzlich
Das Erste im Westen
und
SPIEGEL ONLINE
Video.
Sprechen Sie uns an.

Planungsbeispiel Radio – 1 Woche – 20 Sekunden

Kampagne: Planungsbeispiel WDR 2 - ma 2012-I
 Tarifdatei: Preisdatei 2012 für ma 2012 I (07.03.-31.12.)
 Stand vom 02.03.2012
 Studie: ma 2012 Radio I
 Auswertungsebene: Werbeträgerkontaktchance / Bruttokontaktsumme
 Grundgesamtheit: Dspr.Bev.10+
 Basis: **NRW**

Zielgruppe: **Erw. 25-59 Jahre** (Kern-ZG WDR 2) (Potenzial: 8.532 Tsd.; Fallzahl: 4.330)
Dspr.Bev.10+ (Potenzial: 16.012 Tsd.; Fallzahl: 8.182)

		Planungsbeispiel	
		Mo-Fr	Sa
		20	20
Nordrhein-Westfalen			
WDR 2	08-09	1	
WDR 2	09-10	2	
WDR 2	10-11	2	1
WDR 2	11-12	2	
WDR 2	12-13	3	1
WDR 2	13-14	3	
WDR 2	14-15	3	1
WDR 2	15-16	3	1
WDR 2	16-17	3	
WDR 2	17-18	2	
Frequenzen		28	
Budget brutto		22.440	

	Erw. 25-59 Jahre	Dspr.Bev.10+
Basis Tsd	16.012	16.012
Fallzahl Basis (ungew.)	8.182	8.182
Zielgruppe Tsd	8.532	16.012
PLANDATEN		
Brutto Tarif €	22.440	22.440
Spotlänge	20s	20s
Frequenzen	28	28
Belegungseinheiten	10	10
ERGEBNISSE ZIELGRUPPE		
Netto-RW %	33,7	28,7
Netto-RW Tsd	2.880	4.589
Ø-Kontakte	5,3	5,2
Kontakte Tsd	15.201	23.732
GRP	178	148
TKP €	1,48	0,95
Affinität	118	100

Mit dem Budget von 22.440 € werden in **WDR 2** 28 Einschaltungen in einer Woche realisiert. Dabei werden fast 3 Mio. Erwachsene 25-59 Jahre erreicht. Für jede Zielperson werden 5,3 Ø-Kontakte realisiert, die sich insgesamt auf 15,2 Mio. Bruttokontakte aufsummieren. Und das zu einem sehr günstigen TKP und mit überdurchschnittlicher Affinität.

Übersicht der möglichen Werbemittel Online

Superbanner
(max 728 x 90)

Wallpaper

Skyscraper
(200 x 600)

Content Ad
(300 x 250)

Promotion Ad
(300 x 250)

Belegungseinheit:	Rotation
Superbanner:	TKP € 25,-
Promotion Ad:	TKP € 25,-
Skyscraper:	TKP € 35,-
Content Ad:	TKP € 45,-
Wallpaper:	TKP € 65,-

Mindestbelegung pro Woche:
200.000 PageImpressions

Hinweis: Eine zeitliche Aussteuerung der Kampagne ist möglich.

Preise 2012
Die Werbemittel werden in Rotation (über alle Belegungseinheiten) auf SPIEGEL ONLINE in Nielsen II ausgeliefert.

Spot in NRW auf SPIEGEL ONLINE



PreRoll Spot
(hohe Qualität, vorzugsweise wmv-Format,
16:9 mit 1024x576 Pixel oder höher)

Reminder-Banner
(876x50 Pixel)

Preis: 70,- Euro TKP brutto *

Maximale Belegung pro Monat:
230.000 Page Impressions

bis 8 Sekunden = reduziert sich der TKP um 10,-
21 – 30 Sekunden = erhöht sich der TKP um 10,-

- Spot mit max. 30 Sekunden als Preroll-Ad pro Videobeitrag.
- Vor- und Rückspulen des Videobeitrages möglich, bei dem Spot ist diese Funktion jedoch ausgeschaltet!
- Zusätzliches Response-Element unterhalb des Video-Player (876 x 50 Pixel)
- Belegung in Rotation in den Videobereichen
- Auslieferung des Video-Spots mit FC1

Nordrhein-Westfalen: Radio + Online

Kombinationsbeispiel 1:

WDR 2, 1 Woche: € 19.000,- brutto*

SPIEGEL ONLINE Superbanner Rotation

Targeting NRW mit 400 Tsd. PI's in 1 Woche: € 10.000,- brutto

Gesamt € 29.000,- brutto

Auf das jeweilige bezahlte Kundenbrutto gewähren wir einen
zusätzlichen Regio-Mix-Rabatt von 5%.

Die Schaltungen müssen innerhalb von 4 Wochen abgenommen werden.

- Bewertung zu nicht buchbaren Durchschnittspreisen , ma 2012-I, D-Std. 06-18 Uhr, Mo-Fr, Sa, Hörer gesamt NRW (Dspr.Bev.10+), mind. 3 Ø-Kontakte bei einem Format von 20 Sekunden.

Nordrhein-Westfalen: Radio + Print

Kombinationsbeispiel 2:

WDR 2, 1 Woche: € 19.000,- brutto*

1/1 Seite Teilbelegung NRW im SPIEGEL: € 15.725,- brutto**

Gesamt € 34.725,- brutto

Auf das jeweilige bezahlte Kundenbrutto gewähren wir einen **zusätzlichen Regio-Mix-Rabatt von 5%**.

Die Schaltungen müssen innerhalb von 4 Wochen abgenommen werden.

- Bewertung zu nicht buchbaren Durchschnittspreisen , ma 2012-I, D-Std. 06-18 Uhr, Mo-Fr, Sa, Hörer gesamt NRW (Dspr.Bev.10+), mind. 3 Ø-Kontakte bei einem Format von 20 Sekunden.
- ** Es handelt sich um nicht buchbare gerundete Durchschnittspreise.

Nordrhein-Westfalen: Radio + Online + Print

Kombinationsbeispiel 3:

WDR 2, 1 Woche:	€ 19.000,- brutto*
1/1 Seite Teilbelegung NRW in SPIEGEL:	€ 15.725,- brutto**
SPIEGEL ONLINE Contend Ad Rotation Targeting NRW mit 300 Tsd. PI's in 1 Woche:	€ 13.500,- brutto
Gesamt	€ 48.225,- brutto

Auf das jeweilige bezahlte Kundenbrutto gewähren wir einen **zusätzlichen Regio-Mix-Rabatt von 5%**.

Die Schaltungen müssen innerhalb von 4 Wochen abgenommen werden.

- Bewertung zu nicht buchbaren Durchschnittspreisen , ma 2012-I, D-Std. 06-18 Uhr, Mo-Fr, Sa, Hörer gesamt NRW (Dspr.Bev.10+), mind. 3 Ø-Kontakte bei einem Format von 20 Sekunden.
- ** Es handelt sich um nicht buchbare gerundete Durchschnittspreise.

Inhalt

- 1 Steckbriefe
- 2 Nutzerstrukturen
- 3 Angebot
- 4 Zusatzinformationen**
 - Preise
 - Glossar
 - Ansprechpartner

Die Preise der WDR-Radioangebote / Preise pro Sekunde

Uhrzeit	1 LIVE		WDR 2 Der Sender.	
	Mo-Fr	Sa	Mo-Fr	Sa
6 - 7 Uhr	100,00	18,00	66,00	10,00
7 - 8 Uhr	162,00	32,00	123,00	25,00
8 - 9 Uhr	133,00	78,00	93,00	74,00
9 - 10 Uhr	98,00	92,00	59,00	68,00
10 - 11 Uhr	95,00	90,00	49,00	57,00
11 - 12 Uhr	104,00	79,00	38,00	48,00
12 - 13 Uhr	92,00	56,00	37,00	47,00
13 - 14 Uhr	95,00	40,00	30,00	21,00
14 - 15 Uhr	96,00	26,00	25,00	19,00
15 - 16 Uhr	87,00	25,00	35,00	39,00
16 - 17 Uhr	89,00	27,00	44,00	43,00
17 - 18 Uhr	66,00	19,00	31,00	35,00
Ø 6 - 18 Uhr	101,42	48,50	52,50	40,50

Die Angabe der Preise / Rabatte erfolgt zur Information. Maßgeblich ist die gedruckte Preisliste für 2012.

Die Rabattstaffel der WDR-Radioangebote

Brutto-Umsatz ab €	Rabattsatz
25.000	1,5 %
50.000	2,5 %
100.000	3,5 %
150.000	4,5 %
200.000	5,5 %
250.000	6,5 %
350.000	7,5 %
550.000	9,0 %
750.000	10,5 %
1.000.000	12,0 %
1.250.000	13,5 %
1.500.000	15,0 %
2.050.000	17,5 %
2.600.000	20,0 %

Die Angabe der Preise / Rabatte erfolgt zur Information. Maßgeblich ist die gedruckte Preisliste für 2012.

Die Rabattstaffel Online

Online-Umsatzstaffel SPIEGEL QC (bezogen auf das Insertionsjahr)

	Kundenbrutto	Rabatt
ab	50.000,00 €	5%
ab	150.000,00 €	10%
ab	300.000,00 €	15%
ab	600.000,00 €	20%

Für die Ermittlung des Umsatzes werden alle bei SPIEGEL QC gebuchten Kundenbrutto-Online-Umsätze innerhalb eines Insertionsjahres berücksichtigt.

Printrabatte werden nicht gewährt.

Regionale Print-Anzeigen

	Ausgabe Nr.	Erscheinungstag	Anzeigenschluss- und Rücktrittstermin	Druckunterlagen- termin
Preiszone 1 Januar, Februar, Juni, Juli, August	2/12	09.01.12	07.12.11	14.12.11
	4/12	23.01.12	21.12.11	28.12.11
	6/12	06.02.12	04.01.12	11.01.12
	8/12	18.02.12	18.01.12	25.01.12
Preiszone 2 März, April, Mai, September, Oktober, November, Dezember	10/12	05.03.12	01.02.12	08.02.12
	12/12	19.03.12	15.02.12	22.02.12
	14/12	02.04.12	29.02.12	07.03.12
	16/12	16.04.12	14.03.12	21.03.12
	18/12	30.04.12	28.03.12	04.04.12
	20/12	14.05.12	11.04.12	18.04.12
	22/12	26.05.12	25.04.12	02.05.12
Preiszone 1 Januar, Februar, Juni, Juli, August	24/12	11.06.12	09.05.12	16.05.12
	26/12	25.06.12	23.05.12	30.05.12
	28/12	09.07.12	06.06.12	13.06.12
	30/12	23.07.12	20.06.12	27.06.12
	32/12	06.08.12	04.07.12	11.07.12
	34/12	20.08.12	18.07.12	25.07.12
Preiszone 2 März, April, Mai, September, Oktober, November, Dezember	36/12	03.09.12	01.08.12	08.08.12
	38/12	17.09.12	15.08.12	22.08.12
	40/12	01.10.12	29.08.12	05.09.12
	42/12	15.10.12	12.09.12	19.09.12
	44/12	29.10.12	26.09.12	02.10.12
	46/12	12.11.12	10.10.12	17.10.12
	48/12	26.11.12	24.10.12	31.10.12
	50/12	10.12.12	07.11.12	14.11.12
	52/12	22.12.12	21.11.12	28.11.12

Weitere Ausgaben auf Anfrage

Regionale Beilagen

Beilagen

Format

Mindestformat 105 mm breit x 148 mm hoch

Höchstformat 192 mm breit x 260 mm hoch

Auflage

Gesamtauflage oder Teilauflagen (mit Schieberecht).

Die tatsächlich benötigte Anzahl von Beilagen sowie die Aufteilung der Liefermengen an unsere Druckereien in Itzehoe und Dresden bitte unbedingt vor Drucklegung mit uns abstimmen. Verarbeitungszuschuss 1%

Auftrags- und Rücktrittstermin

4 Wochen vor Erscheinungstermin

Anlieferung von Beilagen, Beiheftern und Beiklebern

Die Ad Specials müssen einwandfrei verpackt und maschinell verarbeitungsfähig 10 bis 7 Kalendertage vor Erscheinungstermin frei geliefert werden an: Prinovis Itzehoe, Abteilung Weiterverarbeitung, Störfischerstraße, 25524 Itzehoe, und/oder an Prinovis Dresden, Abteilung Weiterverarbeitung, Meinholdstr. 2, 01129 Dresden. Die genaue Auflagenverteilung und Packnorm erhalten Sie zusammen mit der Auftragsbestätigung. Eine Wareingangskontrolle (Qualität und Menge) kann in der Druckerei nicht durchgeführt werden. Bei verarbeitungstechnischen Schwierigkeiten hat die Fertigstellung des SPIEGEL Vorrang.

Muster

Der Verlag benötigt 3 bis 4 Wochen vor Erscheinen des Heftes verbindliche Muster, die auf ihre Verarbeitungsfähigkeit überprüft werden. Inhalt und Gestaltung müssen vor Drucklegung mit dem Verlag abgesprochen werden.

Infoblätter, Termin- und Auflagenabstimmung

Frauke Behrendt, Telefon +49 40 3007-2474, Fax +49 40 3007-2829, frauke_behrendt@spiegel-qc.de

Wir erstellen Ihnen gern ein persönliches Angebot. Weitere Informationen zu Ad Specials auch unter www.spiegel-qc.de

Rabattstaffel Teilbelegung Print

DER SPIEGEL

Preisliste Nr. 65, gültig ab 1. Januar 2011

Rabatte

Mengenstaffel für Teilbelegungsaufträge

ab 3 Seiten	3 %	ab 9 Seiten	9 %
ab 6 Seiten	6 %	ab 12 Seiten	12 %

Die Rabattierung erfolgt getrennt für jedes Teilbelegungsgebiet.

Bei gleichzeitiger Insertion im SPIEGEL (Gesamtauflage) innerhalb eines Abschlussjahres kann der dort erzielte Abschlussrabatt gewählt werden.

Glossar Radio

Netto-Reichweite %

... ist die Anzahl der Personen, die durch Radio mindestens einmal erreicht werden.

$$\frac{\text{Netto-Reichweite in Mio.} \times 100}{\text{Zielgruppenpotential in Mio.}}$$

Durchschnittskontakte

... geben die Kontakthäufigkeit an, wie oft eine Zielgruppenperson bei Mehrfachbelegung im Durchschnitt erreicht wurde.

$$\frac{\text{Brutto-Reichweite}}{\text{Netto-Reichweite}}$$

GRP

Der Gross Rating Point dient als Kriterium für die Bewertung des Werbedrucks einer Kampagne

$$\text{Netto-Reichweite in \%} \times \text{Durchschnittskontakte}$$

Glossar Radio

Tausend-Kontakt-Preis (TKP)

.... definiert die Kosten um 1.000 Kontakte in der Zielgruppe zu erzielen.

$$\frac{\text{Kosten der Kampagne (in €)} \times 1.000}{\text{Bruttoreichweite (Anzahl Kontakte)}}$$

Kontakt

.... ist die Häufigkeit der erzielten Kontakte der Zielgruppenpersonen mit dem Medium (Werbeträgerkontakt) oder einer Anzeige/Spot (Werbemittelkontakt). Alle Kontakte aller Zielgruppenpersonen werden addiert.

$$\text{Kontakte} = \text{Bruttoreichweite}$$

Affinität

.... ist der Anteil einer Zielgruppe an der Nutzerschaft eines Mediums im Verhältnis zum Anteil dieser Zielgruppe an der Gesamtbevölkerung. Die Affinität wird als Index dargestellt. Index 150 bedeutet, dass der Anteil der Zielgruppe in dem betreffenden Medium um 50 % höher liegt als in der Gesamtbevölkerung.

$$\frac{\text{Reichweite in \% in der Zielgruppe} \times 100}{\text{Reichweite in \% in der Gesamtbevölkerung}}$$

Glossar Online

Page Impression

(PI, früher auch Page-Views, dt. Seitenaufruf) bezeichnet den Abruf einer Einzelseite innerhalb einer Website.

Visit

Ein Visit bezeichnet einen zusammenhängenden Nutzungsvorgang eines Internet-Angebots und definiert damit den Werbeträgerkontakt. Als Visit zählt ein technisch erfolgreicher Seitenzugriff auf ein aktuelles Angebot. Im Gegensatz zu Page Views wird nicht der Zugriff auf eine einzelne Web-Seite, sondern der Besuch einer Web-Site gemessen.

Unique User

Mit Unique User wird eine Messgröße für die Nutzung einer Web-Seite bezeichnet, die angibt, wie viele eindeutige Nutzer ein Webangebot in einer bestimmten Zeit hatte. Ruft ein Nutzer hintereinander mehrere Seiten eines Angebotes auf, so zählt dies als ein Unique User (=einmaliger Benutzer). Erst ein erneuter Seitenabruf nach Ablauf einer bestimmten Zeitspanne zählt dann als erneuter Unique User.

Glossar Online

AdClick/Werbeweiterleitung

Einheit zur Messung der Anzahl der Mausklicks auf ein (Werbe)banner im Internet.

Rotation

Die Werbemittel werden über alle Belegungseinheiten des Online-Angebots ausgeliefert.

IP-Targeting

Internet Protokoll (IP)-Adressen lassen sich regional zuordnen; vergleichbar mit Telefonvorwahlnummern. Anhand dieser Information wird das Werbemittel gezielt nach Bundesland, Nielsegebiet oder Ballungsraum ausgeliefert.

Ihre Ansprechpartner bei der



Anke Clärding

Fon: 0221 2035-281
Fax: 0221 2035-2959
E-Mail: anke.claerding@wdr-mediagroup.com
www.wdr-mediagroup.com



Frank Becker

Fon: 0221 2035-1963
Fax: 0221 2035-2959
E-Mail: frank.becker@wdr-mediagroup.com
www.wdr-mediagroup.com



Christian Schröder

Fon: 0221 2035-1964
Fax: 0221 2035-2959
E-Mail: christian.schroeder@wdr-mediagroup.com
www.wdr-mediagroup.com

Ihre Ansprechpartner bei



SPIEGEL QC

Verkauf

Martin Freese

Tel.: 0211/866 79-02 ; Fax - 99

Mobil: 0160/5313320

E-Mail: martin_freese@spiegel-qc.de

Karen Reiners

Tel.: 040/3007-3613 ; Fax - 853613

E-Mail: karen_reiners@spiegel-qc.de

Disposition

Sebastian Grothe

Tel: 040/3007-2118

Fax: 040/3007-852118

E-Mail: sebastian_grothe@spiegel-qc.de