

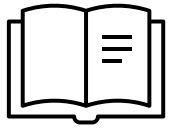


Die nationale Plattform regionaler Medienmarken

13. März 2024

Score Media als (digitaler) Brückenbauer





Tradition



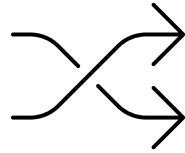
Wandel



Vielfalt



Tradition



Wandel



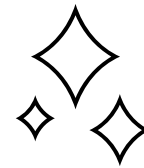
Vielfalt



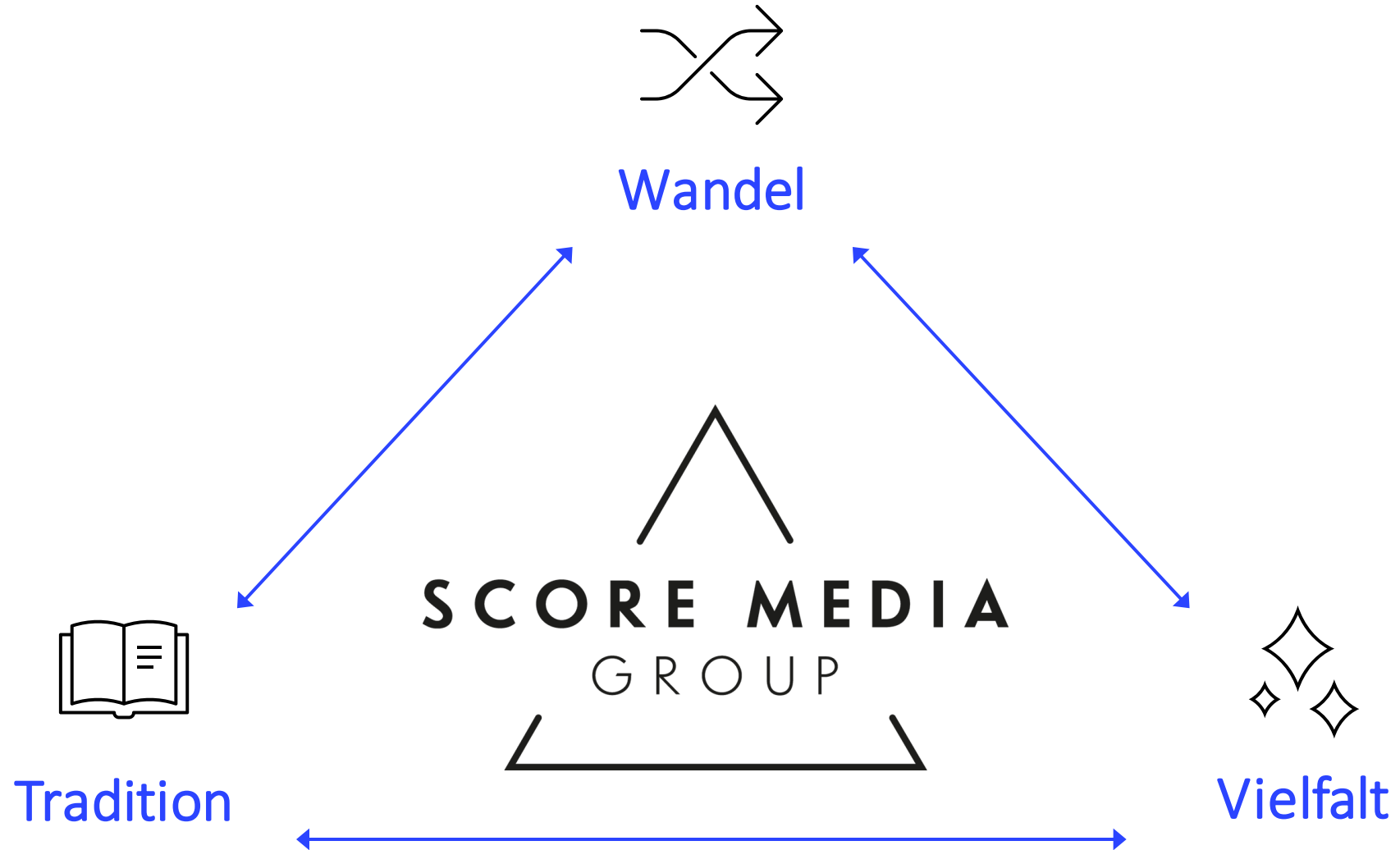
Tradition



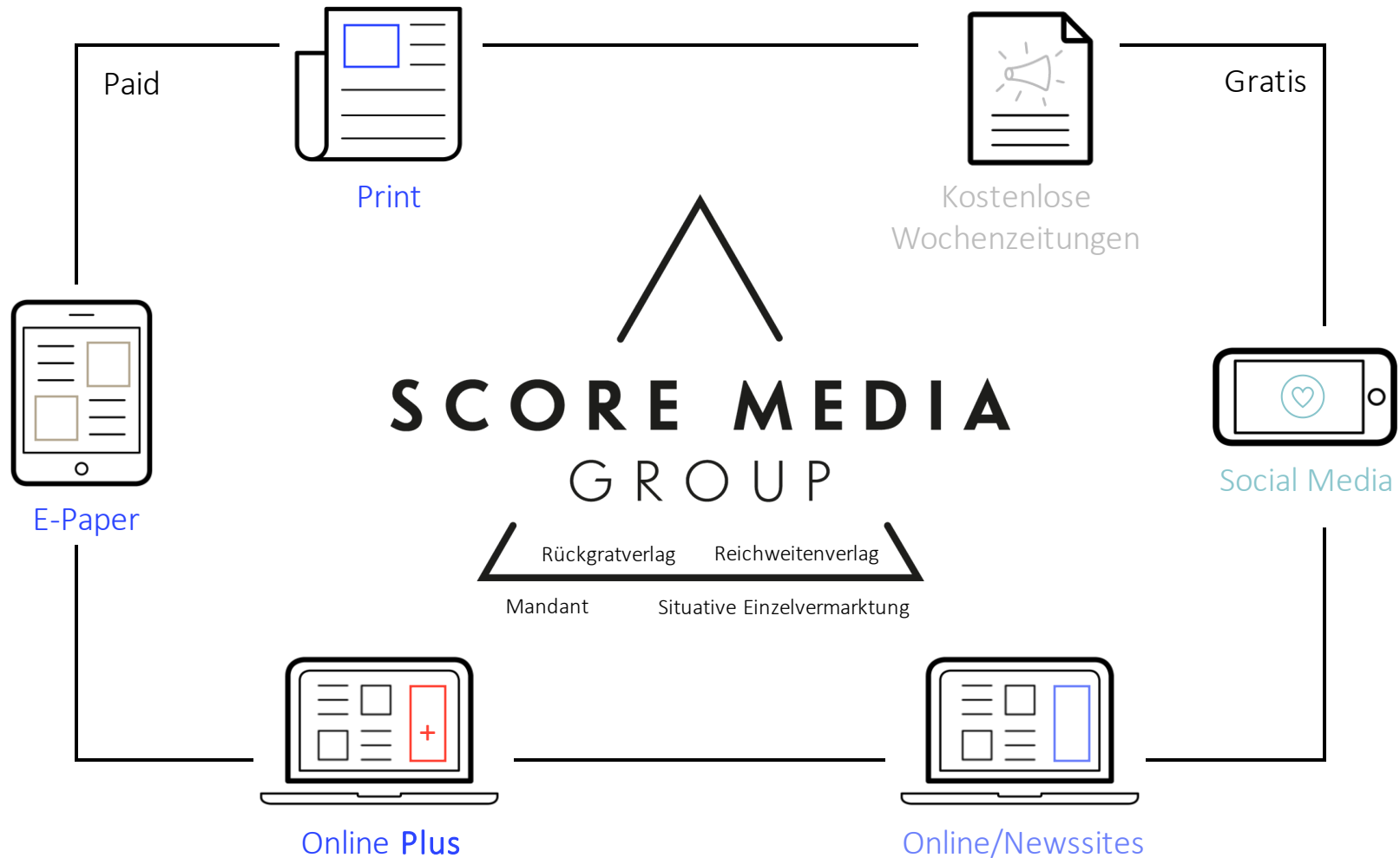
Wandel



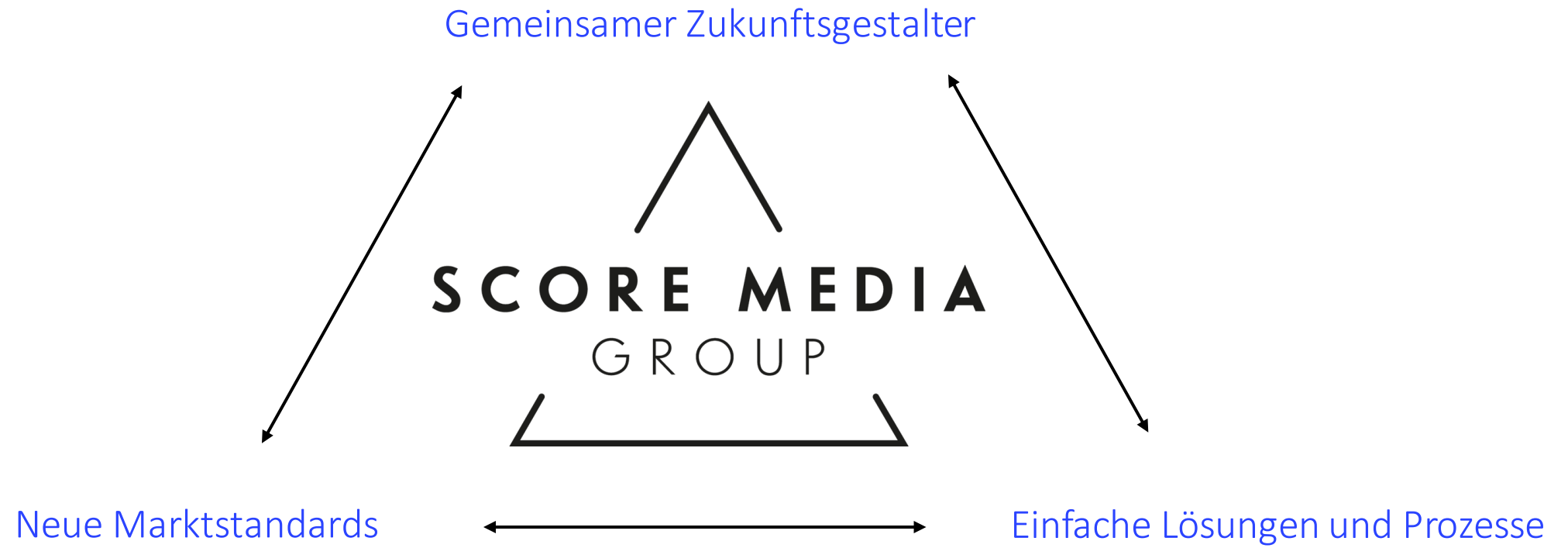
Vielfalt



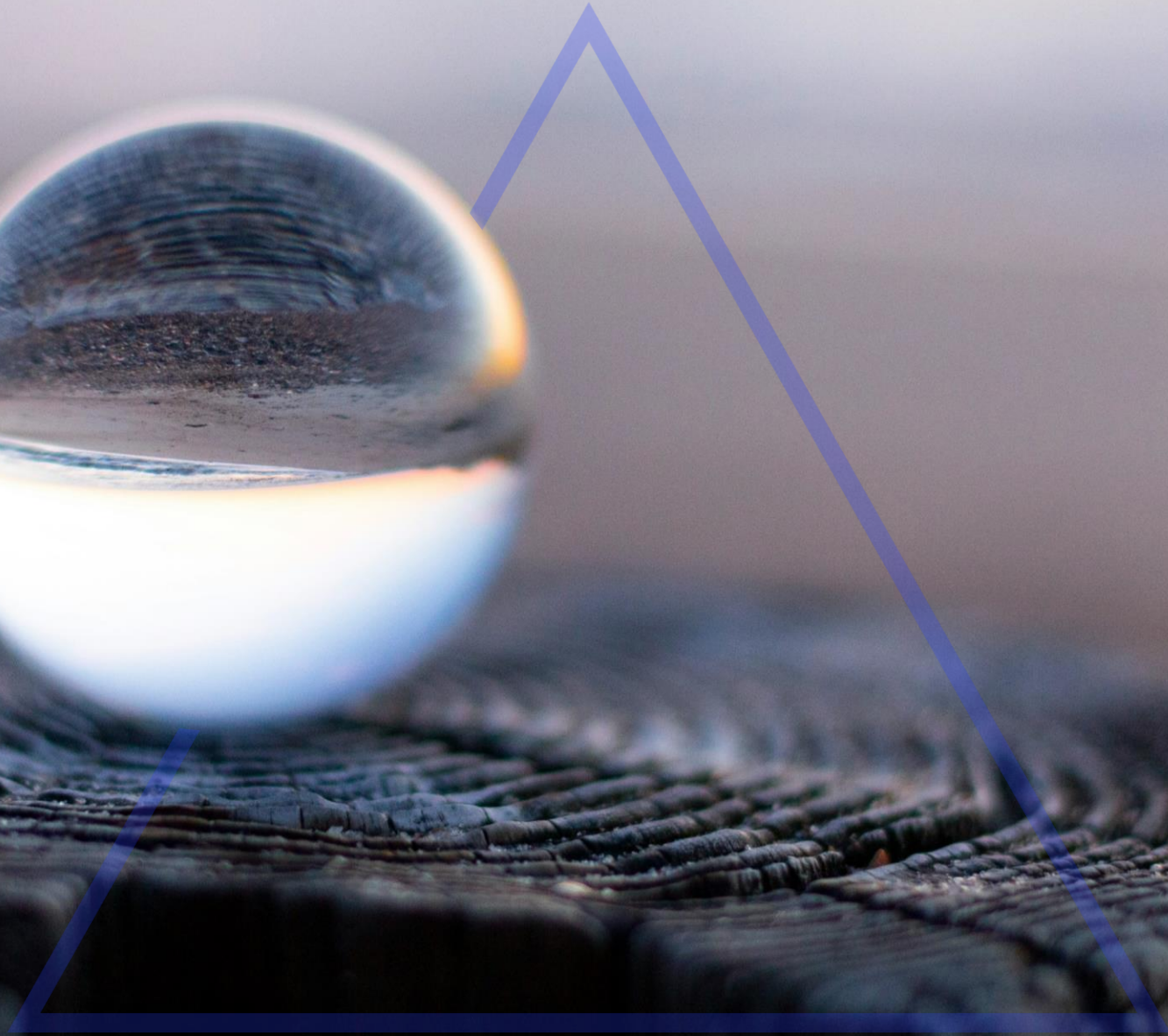
Die nationale Plattform regionaler Medienmarken



Die nationale Plattform regionaler Medienmarken



Wie?

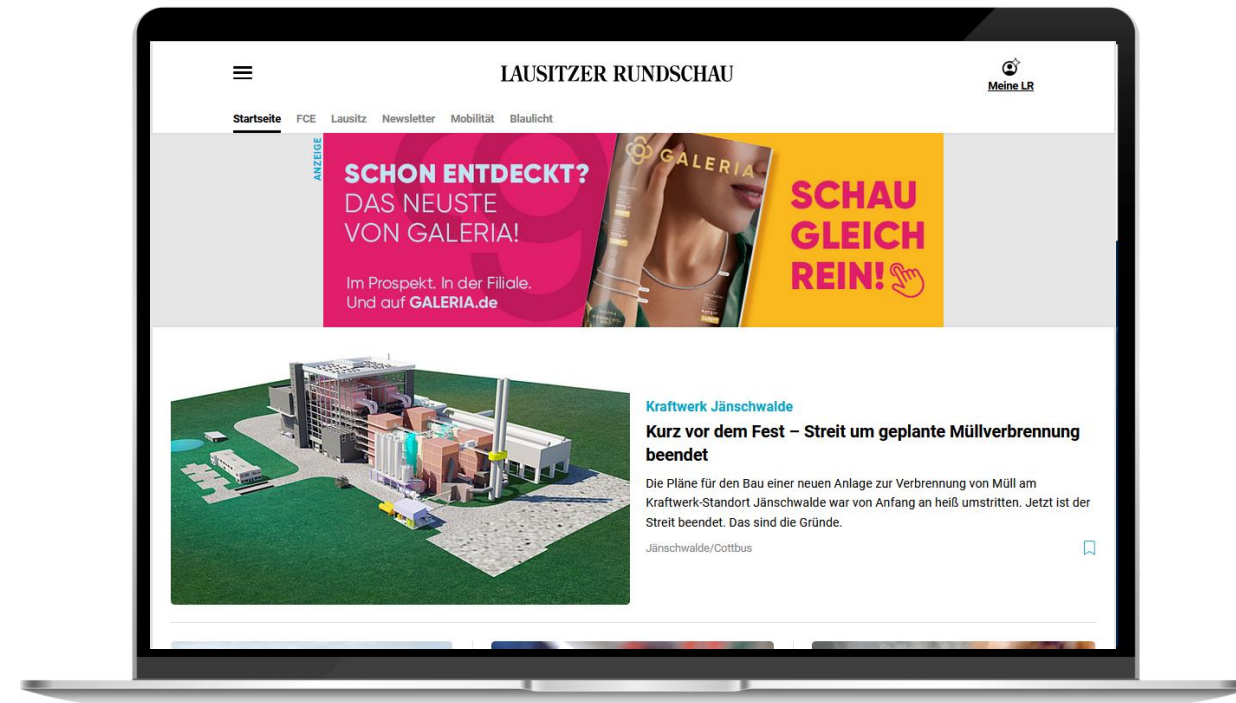
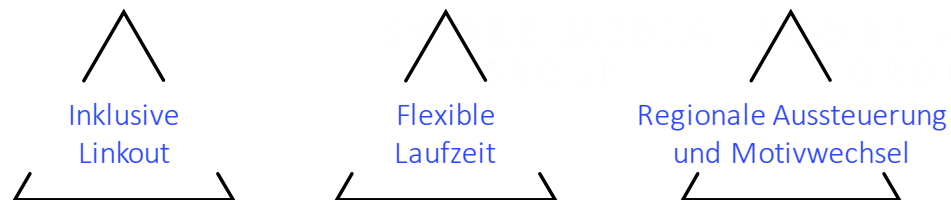


Wir entwickeln individuelle
Kommunikationslösungen mit
und für unsere Kunden!

Score Media Plus

über 2 Mio. Abonnent*innen hinter der Paywall¹

- / Wir bieten digitale Premium-Kontakte: eine junge, aktive, konsumfreudige und meinungsstarke Zielgruppe.
- / Zugewandte Nutzungssituation ohne Consent Banner
- / Exklusivität und hohe Aufmerksamkeit durch weniger Ad Slots hinter der Paywall



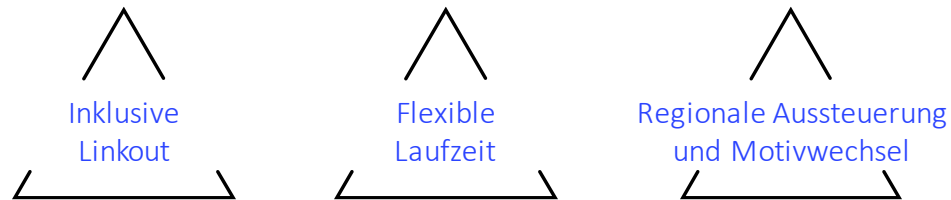
Praxisbeispiel
Galeria

1) Verlagsabfrage Score Media Verlage, Q3/2023
Bild: Score Media, Galeria

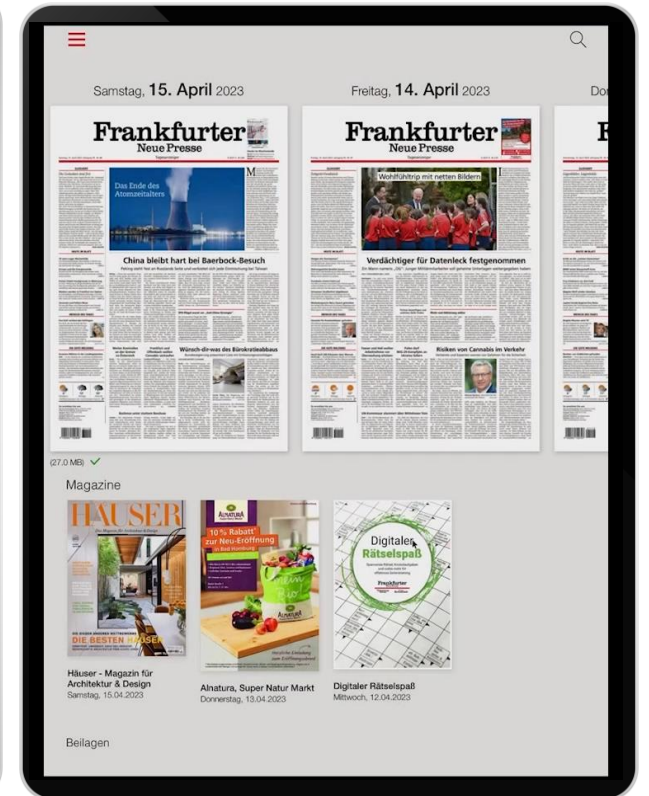
E-Paper Interstitial

Netto-Reichweite von 3,6 Mio.²

- / Digitales Fullscreen Ad innerhalb der E-Paper-Ausgaben
- / Erzielt eine durchschnittliche CTR von 2-5% durch die Platzierung der Markenbotschaft im größten Anzeigenformat.¹



Praxisbeispiel
Porta



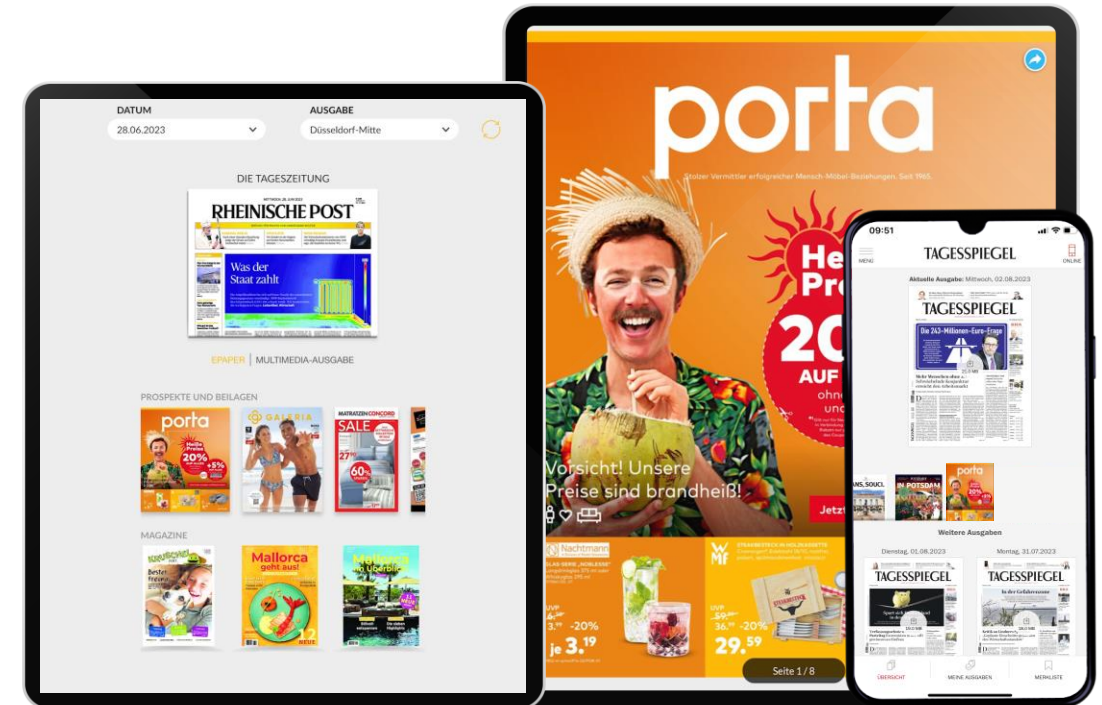
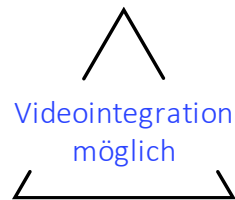
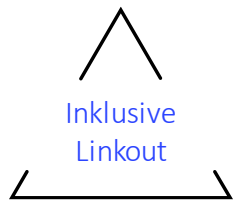
Praxisbeispiel
toom

1) Durchschnittswerte der von Score Media umgesetzten Kampagnen
 2) Hochrechnung verkaufte E-Paper-Beilagen Auflage*LpE
 Bild: Score Media, toom, Ligne Roset

E-Paper-Beilage

Netto-Reichweite von 4,1 Mio.²

- / Die digitale Beilage im E-Paper der regionalen Tageszeitung inkl. interaktiver Features
- / Lokal differenziert, beliebig viele Seiten, flexible Standzeit
- / Performance-basierte Abrechnung
- / Volle Aufmerksamkeit durch prominente Platzierung mit Öffnungsraten von 7-15%¹



Praxisbeispiel
Porta

1) Durchschnittswerte der von Score Media umgesetzten Kampagnen
 2) Hochrechnung verkaufte E-Paper-Beilagen Auflage*LpE
 Bild: Score Media, Porta, RP

Interaktives Prospekt durch smarte Feature-Kombination

Linkouts



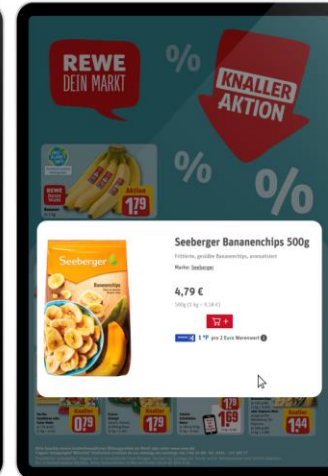
Embedded Video



Motion Graphics



Ausklappfunktion



Bookmarks



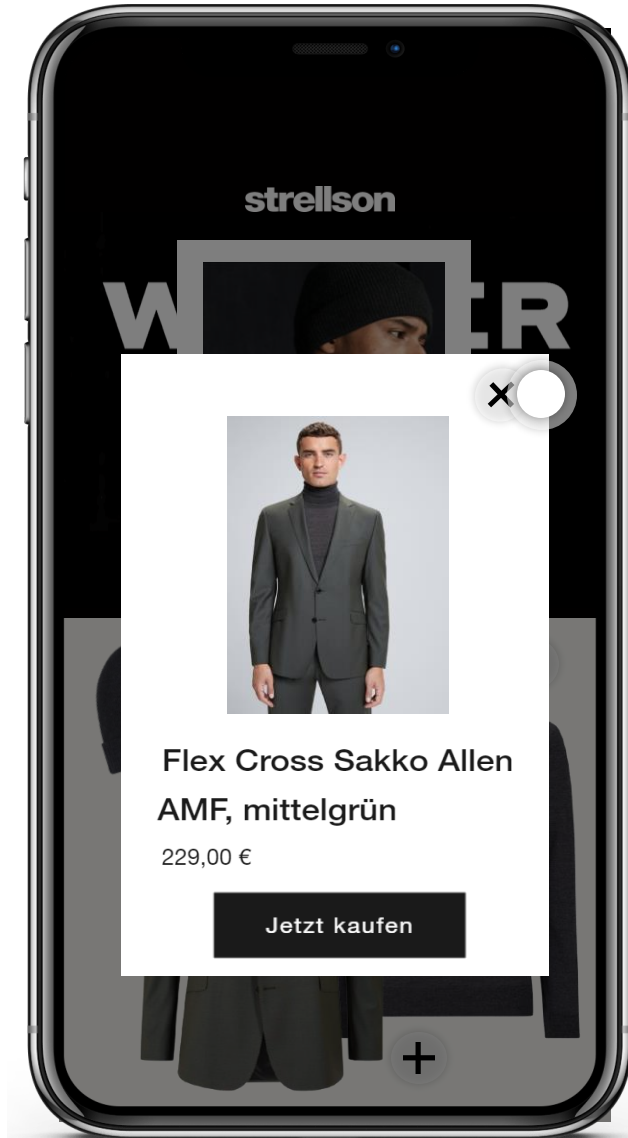
Highlight Navigation



Inhaltsverzeichnis



Darstellung beispielhaft, Umsetzung kann abweichen
Umsetzungen: Kaufland, Porta



Shop the Look

- / Shop the Look eignet sich hervorragend für Kunden aus der Modebranche und steigert den Abverkauf.
- / Zugriff auf eine Gallery inkl. verschiedener Looks, je nach Bildauswahl werden die Produkte des Looks angezeigt.
- / Die Beilage teilt sich in einen Motivteil und einen Shopbereich auf. Per Klick auf das „+“ werden alle relevanten Infos zum Produkt inkl. Linkout zum Shop angezeigt.

** auch für Nicht-Fashion-Kunden umsetzbar*

BRAX überrascht mit junger Mode in der E-Paper-Beilage und aktiviert die Leser*innen



75% der 18- bis 39-Jährigen finden, dass BRAX moderne Kleidung anbietet.

Die BRAX-Kollektion findet bei 73% dieser jungen Zielgruppe Gefallen.



54% der Leser*innen wollen sich weiter über BRAX informieren und in einem Geschäft nach Kleidung von BRAX zu schauen.

72% der Befragten finden Verlinkungen zu Online-Shops hilfreich.

Quelle: Score Media E-Paper-Beilagenforschung für BRAX, Kampagnenzeitraum E-Paper: 02.10.-04.10 & 06.11.-11.11.2023; Befragungszeitraum: 09.11.-13.11.2023

Methode: Quantitative Befragung im Online-Access-Panel; Zielgruppe: Onliner 18-69J; Score Media-E-Paper-Leser*innen innerhalb des Belegungsgebietes;

Stichprobe: Gesamt: n=509; 18-39 Jahre: n=152; Mediaagentur: CROSSMEDIA Bielefeld; Dienstleister: Annalect

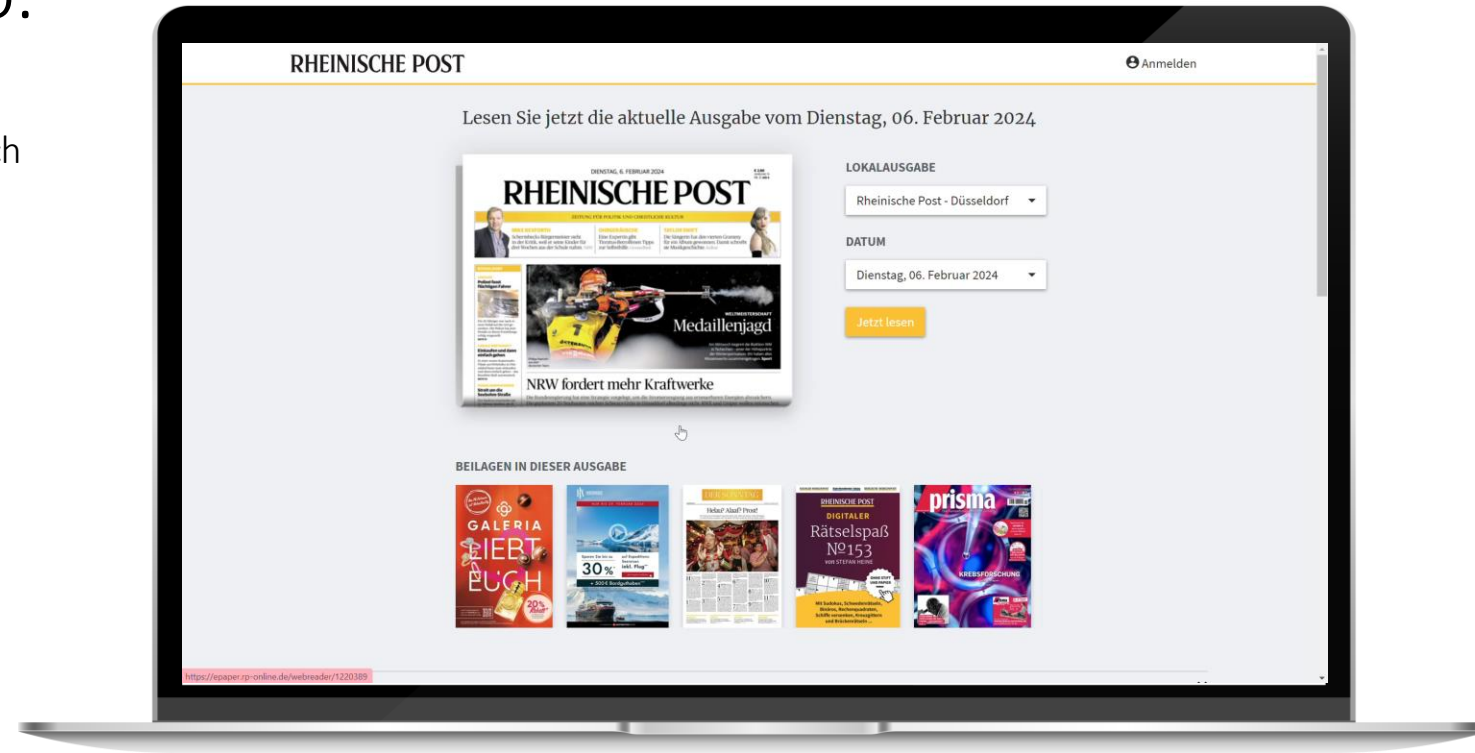
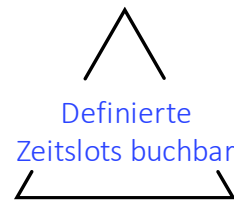
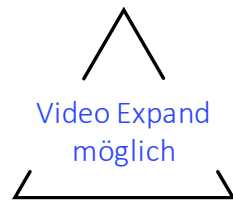
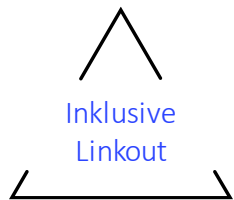
Fragen: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach auf die Inhalte dieser E-Paper-Beilage und die Marke BRAX zu? (5-er Skala; Top-2-Box), Hier sehen Sie zum Abschluss noch einige

Aussagen zum Thema digitale Beilagen in E-Papern regionaler Tageszeitungen. Inwieweit stimmen Sie diesen Aussagen zu? (5-er Skala; Top-2-Box)

Video Flyer im E-Paper

Netto-Reichweite von 2,6 Mio.³

- / Im oberen Teil befindet sich Ihr Video, im unteren Bereich ist Raum für Angebote und Marke.
- / Definierte Zeitslots sowie rund um die Uhr buchbar
- / Performance-basierte Abrechnung
- / TUI Cruises: Verweildauer von \varnothing 14 Sekunden¹ bei einer Engagement-Rate von 21,4%²



Praxisbeispiel
Hurtigruten

1-2) Durchschnittswerte der von Score Media umgesetzten Kampagnen

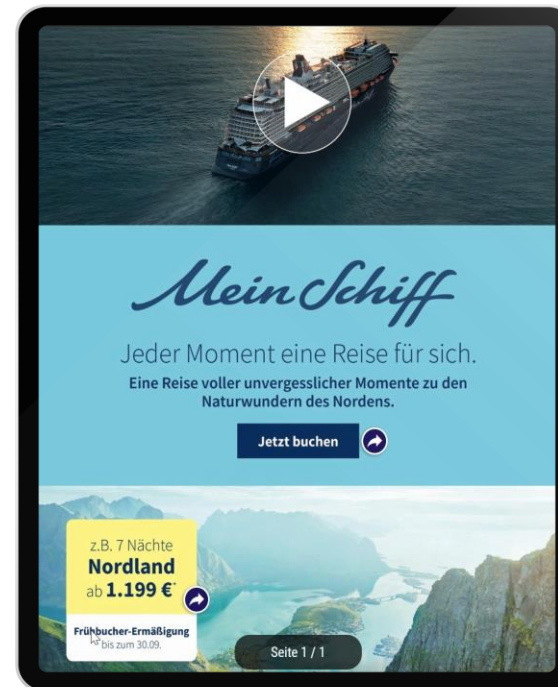
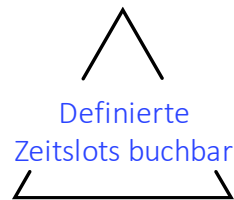
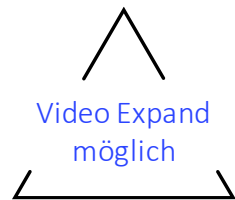
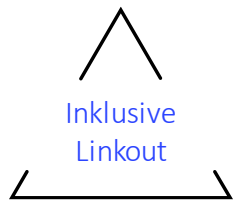
3) Score Media Video Flyer: Reichweitenpotential-Netto: Hochrechnung verkaufte E-Paper-Beilagen Auflage*LpE

Bild: Score Media, RP, Hurtigruten

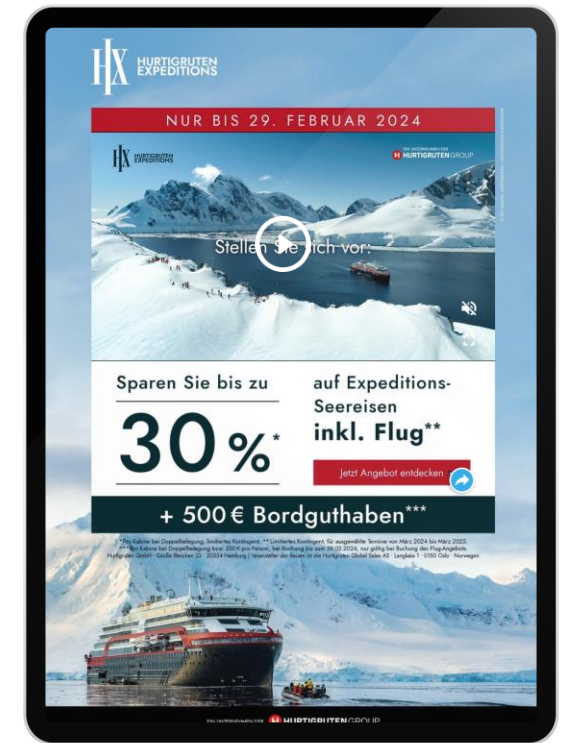
Video Flyer im E-Paper

Netto-Reichweite von 2,6 Mio.³

- / Im oberen Teil befindet sich Ihr Video, im unteren Bereich ist Raum für Angebote und Marke.
- / Definierte Zeitslots sowie rund um die Uhr buchbar
- / Performance-basierte Abrechnung
- / TUI Cruises: Verweildauer von \varnothing 14 Sekunden¹ bei einer Engagement-Rate von 21,4%²



Praxisbeispiel
TUI CRUISES



Praxisbeispiel
Hurtigruten

1-2) Durchschnittswerte der von Score Media umgesetzten Kampagnen

3) Score Media Video Flyer: Reichweitenpotential-Netto: Hochrechnung verkaufte E-Paper-Beilagen Auflage*LpE

Bild: Score Media, TUI Cruises, Hurtigruten

Auf dem Weg zur Plattform

Prinzip Einfach

Score Media arbeitet täglich daran im Markt Standards zu setzen.

Dabei führt im nationalen Markt kein Weg an einer technischen Lösung vorbei, die es ermöglicht, Werbemittel im E-Paper zentral auszuspielen:

- Einfaches Handling
- Zentrales Reporting
- Tracking-Möglichkeiten
- Diverse Features möglich





Vielen Dank!



Ingo van Holt
Chief Sales Officer

+49 151 404 847 58

ingo.vanholt@score-media.de



Christian Kusserow
Deputy Chief Sales Officer

+49 171 916 812 6

christian.kusserow@score-media.de

info@score-media.de
www.score-media.de

Mit Kenntnis dieser Unterlagen bestätige ich die Score Media-AGB sowie die Datenschutzerklärung:

Unsere AGB

score-media.de/agb

Datenschutzerklärung

score-media.de/datenschutzerklaerung

