

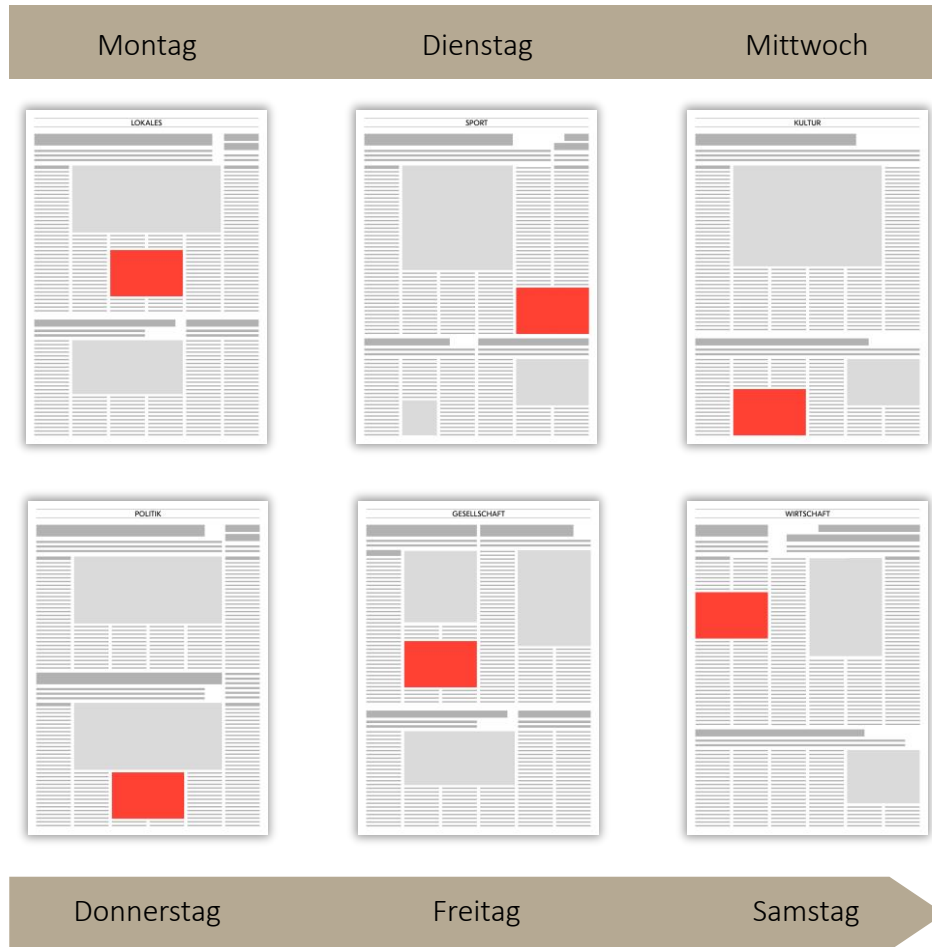


Score Media
DealWeek

Mitten im redaktionellen Umfeld der regionalen Tageszeitung werben. Sechs Tage in Folge.

Der Abverkaufsbooster in
der regionalen Tageszeitung:
Score Media DealWeek



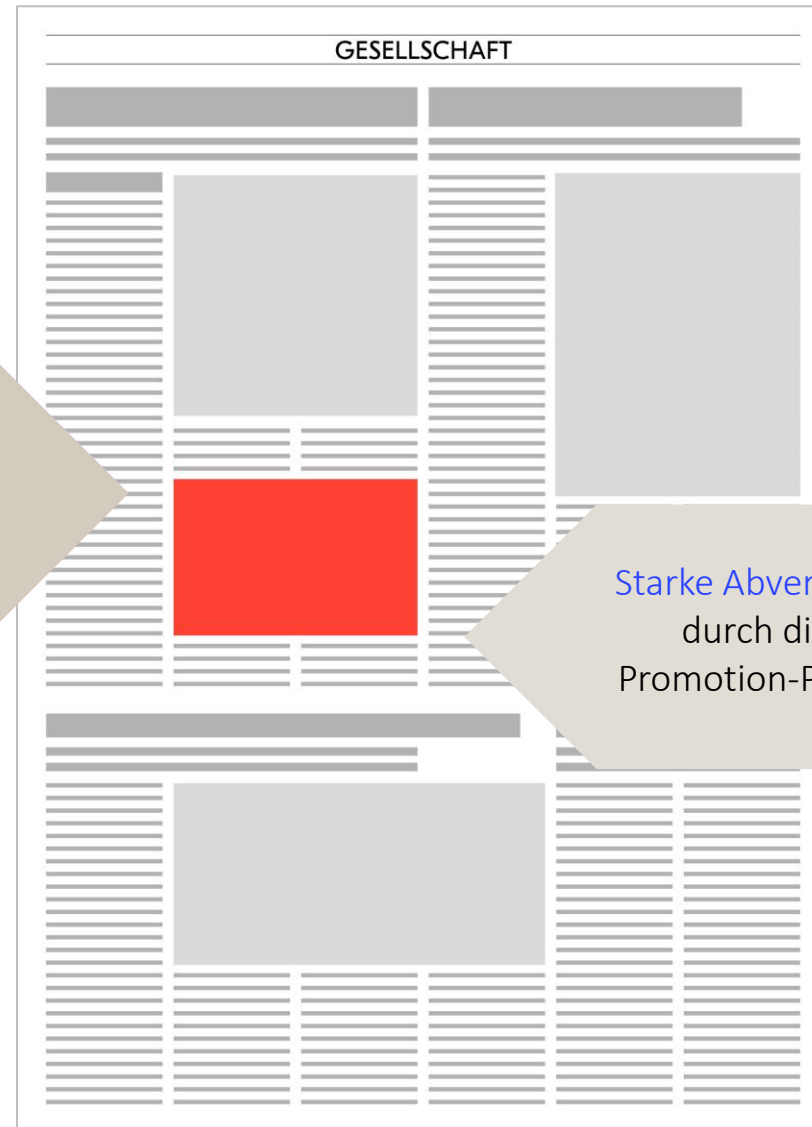


6 Tage tägliche Präsenz für Ihre Marke

- / Platzieren Sie Ihre Highlight-Angebote in einer aufmerksamkeitsstarken Anzeige (Format: 2 Spalten/80mm) mitten im redaktionellen Umfeld der regionalen Tageszeitung.³
- / Sechs aufeinanderfolgende Termine – auch wochenendübergreifend – ermöglichen eine signifikant steigende Abverkaufswirkung.
- / Nutzen Sie die Möglichkeit, diverse Kampagnenmotive über die sechs ETs hinweg einzusetzen. Wunschstarttermin ebenfalls möglich.
- / Planen Sie mit uns je nach Kampagnenziel Ihr individuelles Titel-Set.²
- / Steigern Sie die Wirkung durch regional differenzierte Angebote.
- / Erzielen Sie noch mehr Reichweite über eine optional crossmediale Verlängerung.

1) Eigene Berechnung auf Basis 3/2020 IVW & IVW VA 2020, Mo-Sa
 2) Zu berücksichtigen sind: 6 Frequenzen von Mo.-Sa. (Angabe Wunschstarttermin möglich), TAP 23,65 € (Brutto)
 3) Ihre Anzeige ist an mindestens 3 Seiten von redaktionellen Inhalten umgeben. Platzierungen in den Gesamtausgaben aller planungsrelevanten Tageszeitungen der Score Media Group.
 Bilder: Score Media; Visualisierung beispielhaft. Konkrete Umsetzung kann abweichen.

Ihre Highlight-Angebote:
Aufmerksamkeitsstark platziert
im Textteil



Starke Abverkaufsaktivierung:
durch die Einbindung von
Promotion-Preisen/-Aktionen

Die drei Wirkungsbooster der Score Media DealWeek



Täglich

Mit Inselanzeigen eine Woche lang mitten im redaktionellen Umfeld



Individuell

Je nach Kampagnenziel angepasstes Titel-Set sowie täglich wechselnde Motive



Relevant

Mit einer Belegung mehr als 36 Mio. Leser*innen und rund 290 Mio. Kontakte erreichen¹

1) b4p 2022 II, Score Media Max (Print), Mo-Sa, 6 Frequenzen, Basis E14 sowie Score Media Max Online, angebotenes AI Volumen 5,9 Mio. im Score Media Portfolio

Die Score Media DealWeek in Aktion

Am Beispiel der Drogeriemarktkette Müller

GENERAL-ANZEIGER 14.05.2020 FEUILLETON

INTERVIEW JULIAN NIDA-RÖMELIN

„Wir fallen zurück in Nationalismen“

Der Philosoph glaubt, dass bei einer anhaltenden globalen Depression Demokratien Schaden nehmen



Julian Nida-Römelin hat einen Namen, den nicht jeder kennt. Doch ist er einer der führenden Philosophen der Gegenwart. In seinem Buch „Wir fallen zurück in Nationalismen“ analysiert er die Gefahren einer globalen Depression für die Demokratie.

IN DER KÜRZE
Rennerfahrer kreuzt gegen parkendes Auto
 Ein Fahrer auf einer Straße in München hat sich gegen ein parkendes Auto gestellt. Die Polizei hat ihn verurteilt, weil er die Straße blockiert hat.

Nordische Diplomat
 Ein nordischer Diplomat hat sich in Berlin vorgestellt. Er hat sich für die Zusammenarbeit zwischen den Ländern ausgesprochen.

14 Struwwelpeter auf Sylt abgebrannt
 Auf der Insel Sylt sind 14 Exemplare des Buches „Struwwelpeter“ abgebrannt. Die Feuerwehr hat die Bücher gelöscht.

Bürgermeister tritt in den Ruhestand
 Ein Bürgermeister hat seinen Ruhestand angetreten. Er hat sich für seine Arbeit bedankt.

Hamburg hat die meisten Millionäre
 Hamburg hat die meisten Millionäre in Deutschland. Die Stadt hat sich für die Wirtschaftsentwicklung ausgesprochen.

Einbercker fesselt Reiter-Eppaz
 Einbercker hat Reiter-Eppaz gefesselt. Die Polizei hat die Tiere abgeholt.

Personen
 Ein Bericht über verschiedene Personen, die in der Region aktiv sind.

Sommermärchen und Novembertage
 Ein Bericht über Sommermärchen und Novembertage in der Region.

Mann zieht mehrmals
 Ein Bericht über einen Mann, der mehrmals gezogen hat.

GUTE NACHRICHT
 Ein Bericht über eine gute Nachricht in der Region.

Polarwirbel im Ständer Zoo
 Ein Bericht über einen Polarwirbel im Ständer Zoo.

Reinhold Thauer
 Ein Bericht über Reinhold Thauer.

20% AUF NATURKOSMETIK
 Ein Werbeangebot für Naturkosmetik.

NORDDEUTSCHLAND

Werft FSG arbeitet bald wieder

Guten Morgen, Sonnenschein!

Zu früh? Zu spät? Debatte um die Öffnung der Schulen

Regelbetrieb ab 10. August - Derzeitige Lösung keine Entlastung für Eltern

Wann machen die Freizeidier wieder auf?

20% PREVPORTEL ALLE SPILKATEGORIEN
 VOM 28. MAI BIS 1. JUNI

Wann machen die Freizeidier wieder auf?

20% PREVPORTEL ALLE SPILKATEGORIEN
 VOM 28. MAI BIS 1. JUNI

Zu Pfingsten: Erste Jugendherbergen öffnen

20% AUF NATURKOSMETIK
 VOM 14.5. BIS 16.5.

6 Lübecker Nachrichten

IN DER KÜRZE

Rennerfahrer kreuzt gegen parkendes Auto

Nordische Diplomat

14 Struwwelpeter auf Sylt abgebrannt

Bürgermeister tritt in den Ruhestand

Hamburg hat die meisten Millionäre

Einbercker fesselt Reiter-Eppaz

Personen

Sommermärchen und Novembertage

Mann zieht mehrmals

GUTE NACHRICHT

Polarwirbel im Ständer Zoo

Reinhold Thauer

20% AUF NATURKOSMETIK
 VOM 14.5. BIS 16.5.

Donnerstag, 28. Mai 2020

SPORT

Der Königsweg mit Publikum

Handball-Recken und andere Bundesliga-Klubs planen die Szenarien für einen Neustart

20% PREVPORTEL ALLE SPILKATEGORIEN
 VOM 28. MAI BIS 1. JUNI

„Dann geh' ich in Rente“

Bauern-Demo in Lübecker Innenstadt

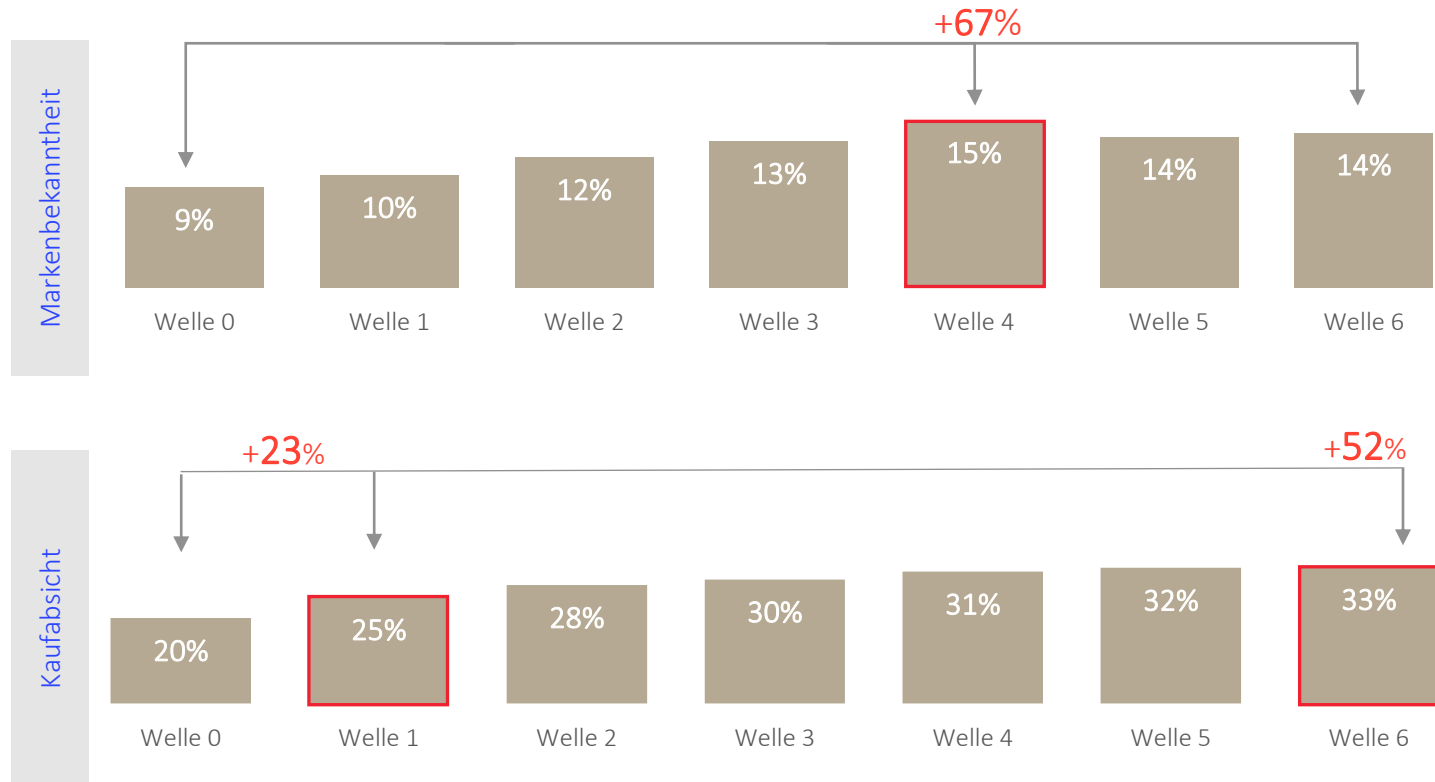
20% AUF NATURKOSMETIK
 VOM 14.5. BIS 16.5.

General-Anzeiger Bonn
14.05.2020

Lübecker Nachrichten
28.05.2020

Hannoversche Allgemeine
30.05.2020

Höhere Frequenz = mehr Wirkung



45% Steigerung der ungestützten Markenbekanntheit über die gesamte Kampagne hinweg

44% Steigerung der Kaufabsicht durch die Kampagne

Quelle: Score Media Frequenztest 2018.

Basis: W0 n=250; W1 n=252; W2 n=251; W3 n=253; W4 n=254; W5 n=253; W6 n=555

„Wenn Sie einmal an Geschäfte für Bekleidung denken, welche fallen Ihnen da spontan ein?“

Top2 auf Skala: 1 „kommt überhaupt nicht in Frage“ bis 4 „kommt absolut in Frage“

Aufklärender Content gefolgt von Abverkaufsimpulsen



+25%
Absatz-Uplift für
Bronchicum
aufgrund der
Kampagne*

- / Der **Content Match** am Samstag klärt auf und sensibilisiert die Leser*innen hinsichtlich der Themen „Husten, Schnupfen und Heiserkeit“.
- / Der Mehrwert-Content bietet das ideale Werbeumfeld für die Bronchicum Junior-Page.
- / Die direkt darauf folgende **5er Dealweek** von Montag bis Freitag aktiviert und baut mit ca. 5 Ø-Kontakten nachweislich Werbedruck auf.
- / Nachgewiesener Erfolg: Die Kombination von relevanter Information + aufmerksamkeitsstark platzierten Angeboten in sechs Frequenzen in der regionalen Tageszeitung steigert den Abverkauf für Bronchicum signifikant (+25%).

Wir freuen uns auf Ihren Anruf!



Ingo van Holt
Chief Sales Officer

+49 151 404 847 58

ingo.vanholt@score-media.de



Thomas Mosen
Sales Director

+49 160 913 094 59

thomas.mosen@score-media.de



Christian Kusserow
Deputy Chief Sales Officer

+49 171 916 812 6

christian.kusserow@score-media.de



Dominik Richarts
Director Solutions & Business Development

+49 151 116 832 30

dominik.richarts@score-media.de