



DealWeek

Werbedruck. Empfehlungscharakter. Effizienz.

Starten Sie montags mit der Score Media DealWeek in die Verkaufswoche

Steigern Sie die
Kaufabsicht Ihrer
Kunden über die
Score Media
DealWeek.¹

1) 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

Ergebnis = Steigerung der Kaufabsicht um +44%

Bild: Unsplash



Montag Dienstag Mittwoch

Auflage pro ET bis zu 8,7 Mio. ¹⁾

TAP (Brutto pro ET) 23 € ²⁾

Donnerstag Freitag Samstag

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
- / 6 aufeinanderfolgenden Termine – auch Wochenendübergreifend – ermöglichen eine signifikant steigende Abverkaufswirkung.
- / Nutzen Sie die Möglichkeit, diverse Kampagnenmotive über die 6 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.

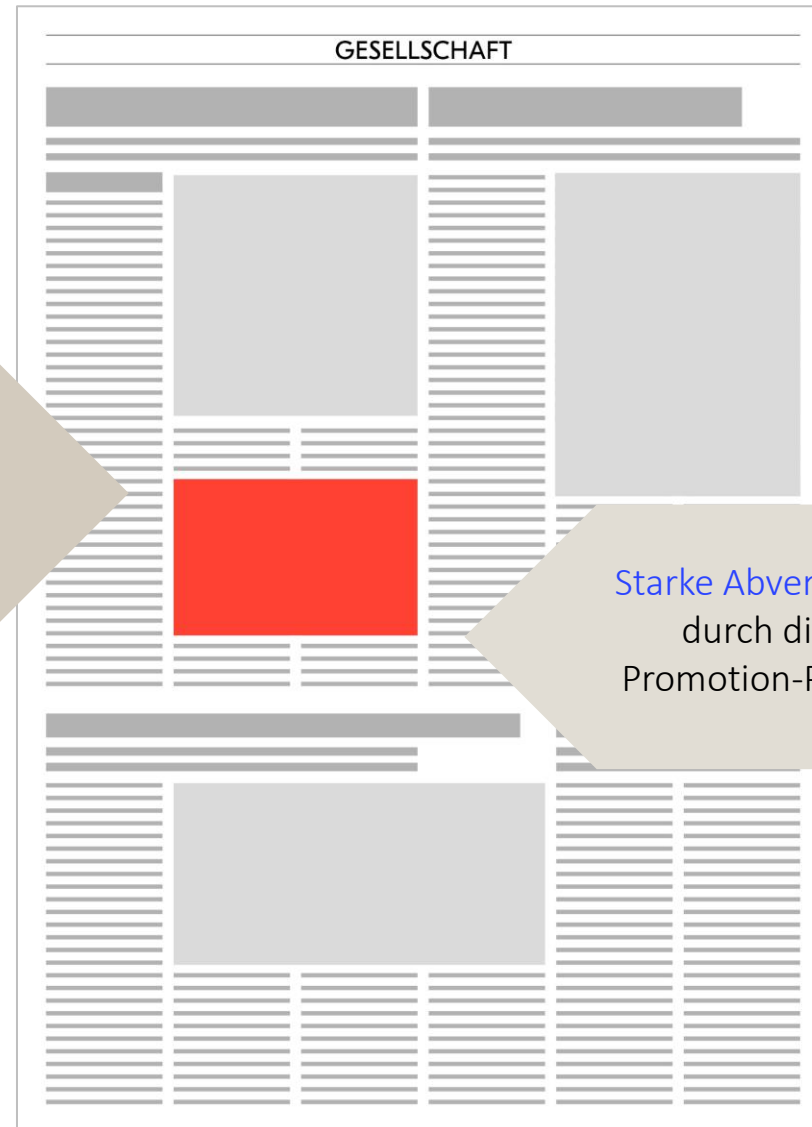
1) Score Media Max, Auflage eigene Berechnung auf Basis IVW 3/2019, Mo-Sa.

2) Zu berücksichtigen sind: mind. 1 Mio. verkaufte Auflage pro Erscheinungstermin / 2 Nielsen Gebiete, 6er Frequenzen von Mo.-Sa. (Angabe Wunschstarttermin möglich), TAP 22,96 € (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.

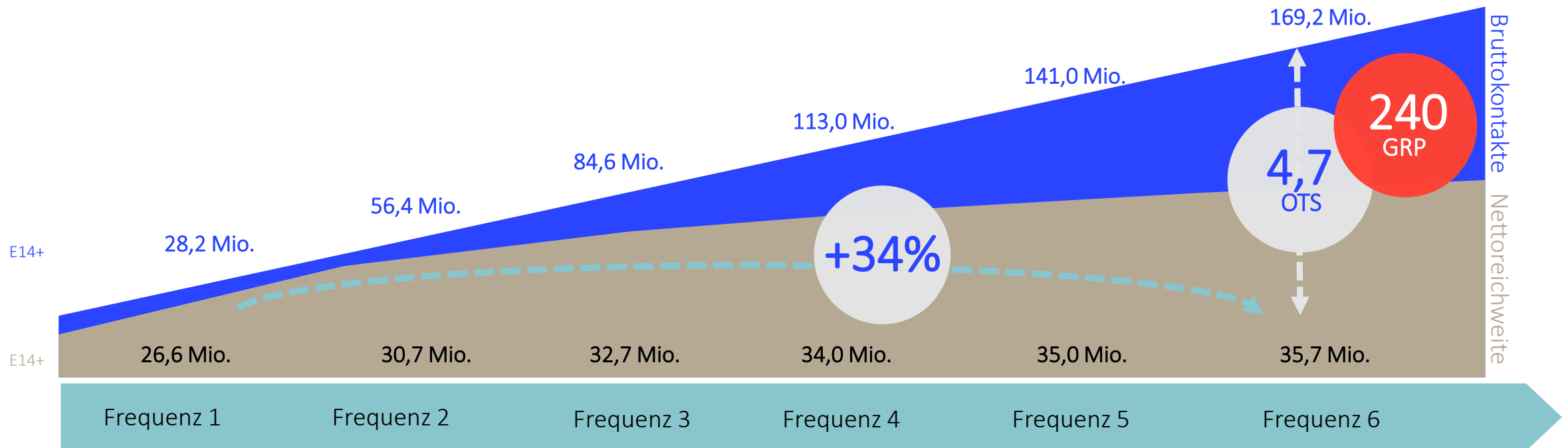
Ihre Highlight-Angebote:
Aufmerksamkeitsstark platziert
im Textteil



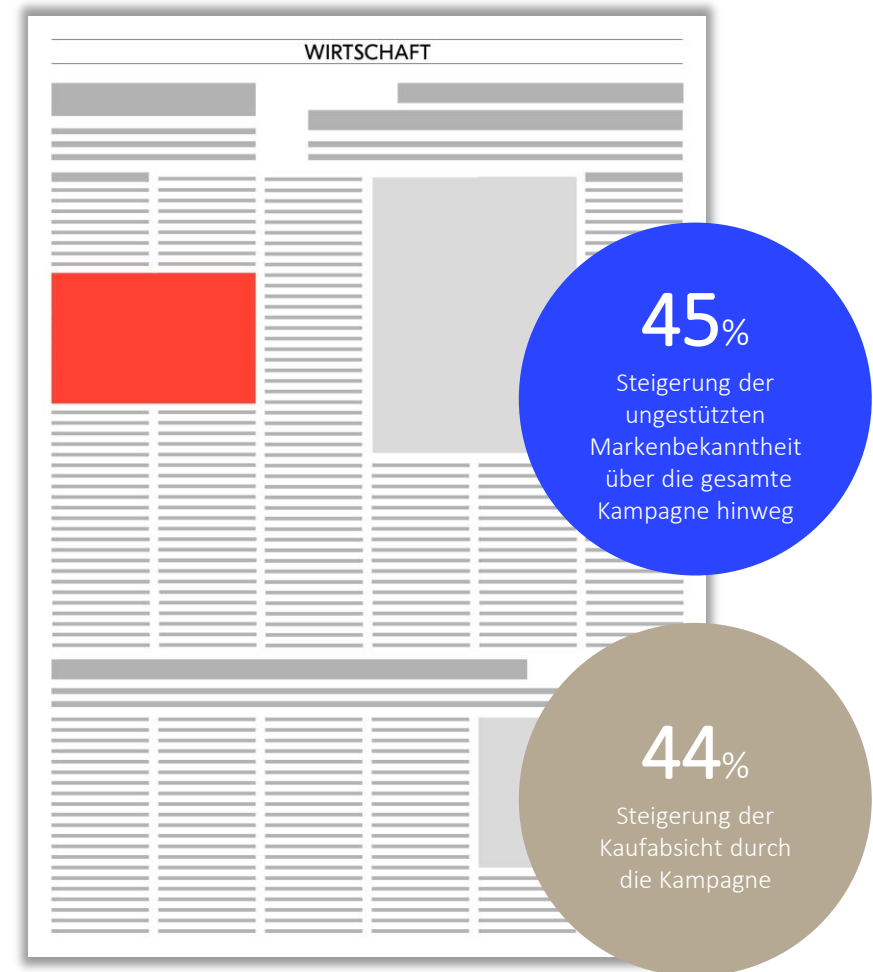
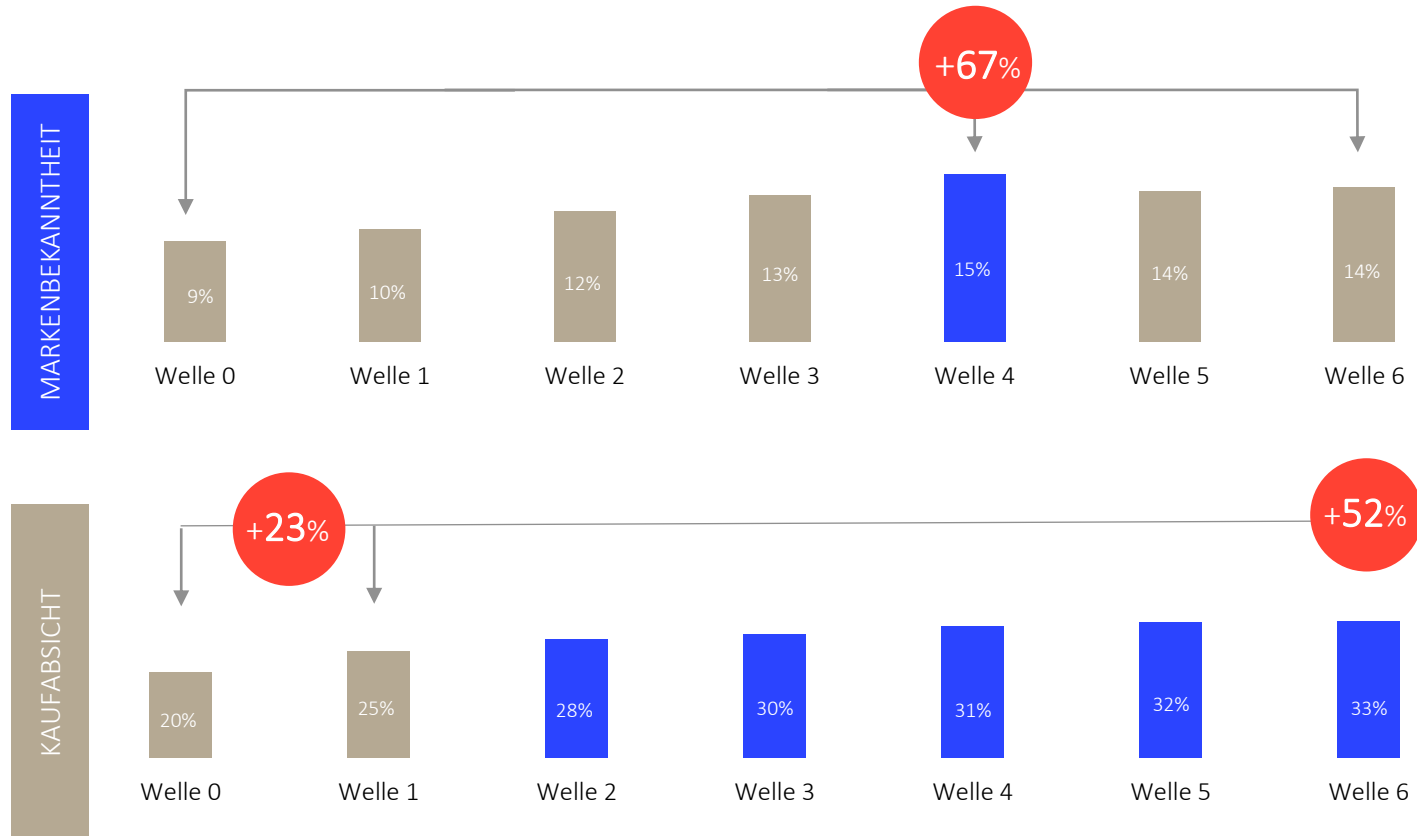
Starke Abverkaufsaktivierung:
durch die Einbindung von
Promotion-Preisen/-aktionen

Mehr Reichweite + mehr Kontakte = mehr Werbedruck

Mit der Score Media DealWeek erreicht Ihr Angebot jeden 2. E14+ bundesweit im Durchschnitt 5 Mal



Höhere Frequenz = mehr Wirkung



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“

Visualisierung beispielhaft. Konkrete Umsetzung kann abweichen.

Bild: In Anlehnung an die Rheinische Post

Optional:
Digitale Verlängerung –
Platzierung im
hochwertigen
Qualitätsumfeld.



zstzl.
320k €
(brutto) –
8 Mio.
AI's²⁾

Impulse

Setzen Sie offline über 6 Erscheinungstermine Impulse und verstärken Sie **online** im **gleichen Kampagnenzeitraum** Ihren **Werbedruck** (Crossmedia GRP 2.115).¹⁾

Werbewirkung

Platzieren Sie Ihr Angebot mit einem **Content Ad** in **hochwertigen Umfeldern** der **regionalen Tageszeitungs-Webseiten** und steigern so **Aufmerksamkeit** und **Werbewirkung**.

Konvergente Netto-Reichweite

Durch die digitale Verlängerung greifen Sie auf das **crossmediale** Potenzial unseres Portfolios zu, das täglich von **31 Mio. Lesern/ Usern** (im Monat sogar von 59 Mio. Lesern/ Usern) genutzt wird.¹⁾

Regional

Verankern Sie Ihre Kampagnenwirkung crossmedial in den **eingepplanten Regionen**.

1) b4p 2019 III , Score Media Max (Crossmedia pro Tag), E14+ – Crossmedia Planung: 6 Print ETs & 1 Digital Score Media Max Planung

2) Annahme: Platzierung auf allen Score Media Max Websites - 8.000.000 AdImpressions – 2 Wochen Laufzeit
Bilder: Augsburgere Allgemeine, Berliner Morgenpost

Finaler Kaufimpuls!

Tägliches Aktivierungspotenzial

Mit 6 Anzeigen ist Ihr Angebot bspw. von **Montag bis Samstag beim Leser** präsent. Finaler **Kaufimpuls im Kopf** der Konsumenten pünktlich zum Shopping am Wochenende.

Empfehlungscharakter mit Abverkaufswirkung

Durch die **Kombination aus Empfehlung** über den TopTipp der Woche **und Ihrem Highlight-Angebot** boosten Sie Ihren Abverkauf.

Relevanter Werbedruck

Ihr Angebot erreicht bis zu **36 Mio. Leser¹** in nur einer Woche. Zusatzreichweite durch **digitale Verlängerung** möglich. Bei nahezu **5 Durchschnittskontakten** verankert sich Ihre Botschaft im Kopf.

1) ma 2018 TZ, Basis Score Media Max, Mo-Sa, 6 Frequenzen, Leistungswerte E14+, Potential 70,1 Mio.

Bild: Unsplash



Best Practise: Content + DealWeek

The image displays six newspaper pages from 'ALZEY' arranged in two rows of three. Each page features a blue arrow pointing to a specific advertisement for Bronchicum. The advertisements are for 'NATURSTARK GEGEN HUSTEN' and 'LÖST DEN SCHLEIM, BERUHIGT SO DIE BRONCHIEN'. The newspaper pages show various news articles, including 'Husten, Schnupfen, Heiserkeit', 'Im Vorholz ist noch in Ordnung', 'Erstaunlich stabil', 'Neuer Pächter für Stadthalle', 'Schlosspark soll angedeutet werden', and 'Hamster und Urlaubsberatung'. The Bronchicum ads are placed in various positions: top right, middle right, and bottom right of the pages.

Samstag Montag Dienstag Mittwoch Donnerstag Freitag

1. Frequenz 2. Frequenz 3. Frequenz 4. Frequenz 5. Frequenz 6. Frequenz

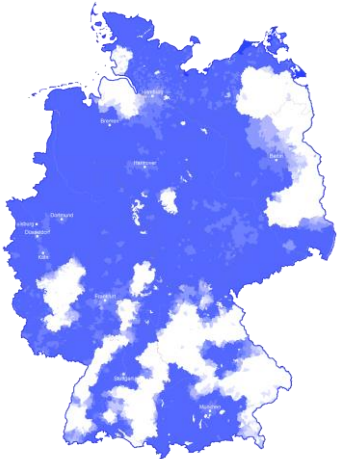
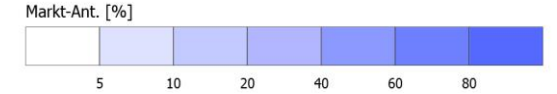
Bilder: Score Mediathek
 Erfolgte Umsetzung: Allgemeine Zeitung Alzey; 29.02; 02.03; 03.03; 04.03; 05.03; 06.03

Aufklärender Content gefolgt von Abverkaufsimpulsen.

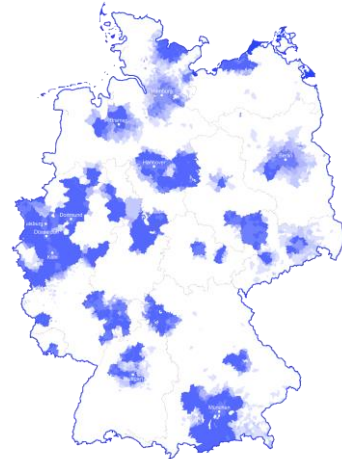


- / Der **Content Match** am Samstag klärt auf und sensibilisiert die Leser hinsichtlich den Themen „Husten, Schnupfen und Heiserkeit“.
- / Der Mehrwert-Content bietet das ideale Werbeumfeld für die Bronchicum Junior-Page.
- / Die direkt darauf folgende **5er Dealweek von** Montag bis Freitag aktiviert 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%)**.

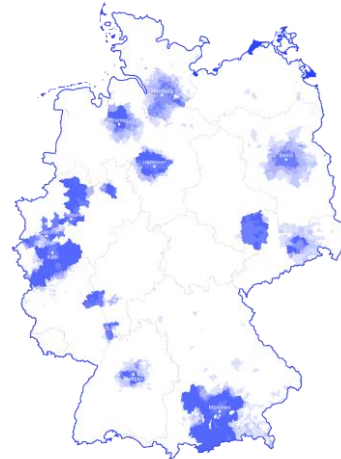
Belegungseinheiten (Auszug).



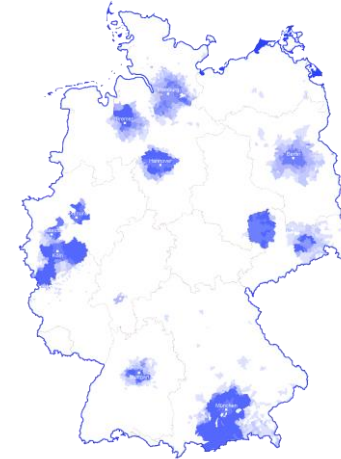
Score Media Max,
6 ETs
Auflage: 57,8 Mio.²
Kosten (brutto): 1,2 Mio. €²



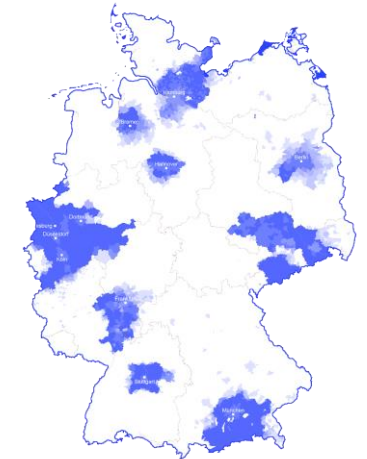
Score Media S-Städte,¹
6 ETs
Auflage: 50,0 Mio.²
Kosten (brutto): 1,0 Mio. €²



Score Media M-Städte,¹
6 ETs
Auflage: 29,7 Mio.²
Kosten (brutto): 618 T. €²



Score Media L-Städte,¹
6 ETs
Auflage: 21,7 Mio.²
Kosten (brutto): 451 T. €²



Score Media
Ballungsräume,¹ 6 ETs
Auflage: 35,3 Mio.²
Kosten (brutto): 735 T. €²

1) L-Städte = alle Städte > 500k Einwohner (Auflage pro ET 3,6 Mio.); M-Städte = alle Städte > 250k Einwohner (Auflage pro ET 4,9 Mio.); S-Städte = alle Städte > 100k Einwohner (Auflage pro ET 8,3 Mio.); Ballungsräume = Fokus nur auf Ballungsräume der Bundesrepublik (Auflage pro ET 5,9 Mio.),
2) IVW/VA 2018 II, TAP 124,60 € (Brutto) für 6 Frequenzen Mo.-Sa. (Wunschstarttermin möglich), TAP 20,80 € (Brutto) pro ET
Bilder/Karten: GTI

Wohin es geht, entscheiden Sie Ihr Ziel ist unser Ziel

Kontakt Score Media Group

Düsseldorf: +49 211 81 98 4510
München: +49 89 55 27 850
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

