



## **EINREICHUNG FÜR DEN NOVA INNOVATION AWARD 2020**

### **KATEGORIE VERMARKTUNGSINNOVATION | PROJEKTDESCHEIBUNG**

PROJEKTNAME: MEHR €-PAPER

#### **DAS KONZEPT**

Das Potenzial des E-Papers für die singuläre Vermarktung ist bisher nicht erkannt worden. Dabei machen E-Paper inzwischen einen relevanten Teil der Gesamtauflage aus. Eine echte Digital Growth Story mit zweistelligen Wachstumsraten p.a. Allein im Score Media-Portfolio sind es über eine Million Abonnent\*innen. Relevanter Content wird digital geschätzt und vor allem: bezahlt. Tag für Tag. Innerhalb der restriktiven Vorgaben der IVW haben wir uns auf den Weg gemacht das E-Paper exklusiv zu monetarisieren. Frische Umsätze in der digitalen Welt – ohne Abhängigkeit von globalen Plattformanbietern.

#### **DIE UMSETZUNG**

*Schritt 1:* Wir geben den E-Paper-Leser\*innen eine Stimme: Die Score Media E-Paper-Studie untersuchte erstmals seit 2003 (!) öffentlich zugänglich Demographie und Motive der E-Paper-Leser\*innen und deren Wünsche an die Zeitung der Zukunft.

*Schritt 2:* Passende Produkte entwickeln: „E-Paper-Leser wollen MEHR“.

Interstitial und Beilage bieten ihnen mehr Interaktivität und mehr digitale Möglichkeiten.

*Schritt 3:* Prozesse optimieren und Standards implementieren: Score Media hat eine Plattform zur Skalierbarkeit der digitalen Beilage eingeführt. Für Interstitials wurden verlagsübergreifend Format- und Qualitätsvorgaben entwickelt.

#### **DER MEHRWERT**

Das Score Media-Portfolio ist mit den Innovationen mehr wert. Kurze Time-to-Market bei geringen Kosten und gleichzeitig hoher Akzeptanz der Werbemittel – insbesondere auf digitalen Devices. Zum ersten Mal verlinken wir Anzeigen direkt zu den Kunden und übertragen gelernte und geliebte Beilagen ins digitale Zeitalter. Transparentere Daten zur Nutzung machen die Produkte für Anzeigenkunden attraktiver. So erschließt der Einstieg in die E-Paper-only-Vermarktung mit einer Wachstums-Story frische digitale Budgettöpfe.

#### **DIE ZIELGRUPPE...**

... sind alle Werbetreibenden, deren Kernzielgruppe älter als 29 Jahre ist. Bevorzugt: Werbekunden mit einer weiterführenden Homepage, einem Onlineshop und/oder stationärem Handel, großem Mitteilungsbedarf und aktuell überschaubarem Budget. Einzige Bedingung: Sie sollten in mindestens zwei Nielsegmenten auftreten.

#### **DER USP**

Für den Werbetreibenden: Volle Aufmerksamkeit einer hochwertigen Leserschaft im Qualitätsumfeld – ohne Parallelnutzung, ohne Ad Clutter und ohne Reaktanz!

Für die Leserschaft: Möglichkeiten zur Interaktion über das Interstitial und ab 2021 mit Features für weiterführende Produktinformationen und Verlinkungen in der digitalen Beilage. Ohne Tracking seitens der US-amerikanischen Datenkraken.