



# FUNKE Print-Targeting TV DIGITAL & HÖRZU



media **impact** ■  
magazine division

# FUNKE Print-Targeting

Die Idee



- **The right message**
- **Via the right channel**
- **To the right person**
- **At the right time**

# FUNKE Print-Targeting

## Die Idee



- Targeting in TV DIGITAL und HÖRZU, den beiden Kaufzeitschriften mit der höchsten Abo-Auflage in Deutschland.
- Werbemittel werden anhand definierter Parameter automatisiert und zielgerichtet angesteuert.
- Transformation von qualitativen b4p-Zielgruppen auf regionale Haushaltsinformationen.
- Werbung optimiert und streuverlustreduziert ausliefern.
- 1,3 Millionen Abonnenten-Haushalte\* von TV DIGITAL und HÖRZU liefern die Basis für das Print-Targeting.

\*IVW II/2018

# FUNKE Print-Targeting

Der Prozess

Bereitstellung einer b4p-Zielgruppe durch Werbungtreibende oder Agenturen.

Bestimmung des Zielgruppen-Potentials innerhalb der 1,3 Mio. Abonnenten-Haushalte und Angebotserstellung.

Nach Auftragserteilung erfolgt über unseren Partner **planus media** die Transformation der Zielgruppe auf die Abonnenten.

Überstellung der identifizierten Zielgruppen-Abonnenten durch **planus media** an die Herstellung/Logistik zur Bildung der Targeting-Teilmenge

Produktion und Weiterverarbeitung der Zielgruppen-Exemplare mit dem eingesetzten Targeting-Werbemittel



# FUNKE Print-Targeting

Umsetzungsmöglichkeiten

Auf Grund von produktionstechnischen Gründen bietet sich das Targeting vor allem für Kampagnen mit aufmerksamkeitsstarken Sonderwerbeformen in Verbindung mit dem Cover oder hochwertigen Special Ads an, bei denen hohe Fehlsteuerungen vermieden werden sollen.

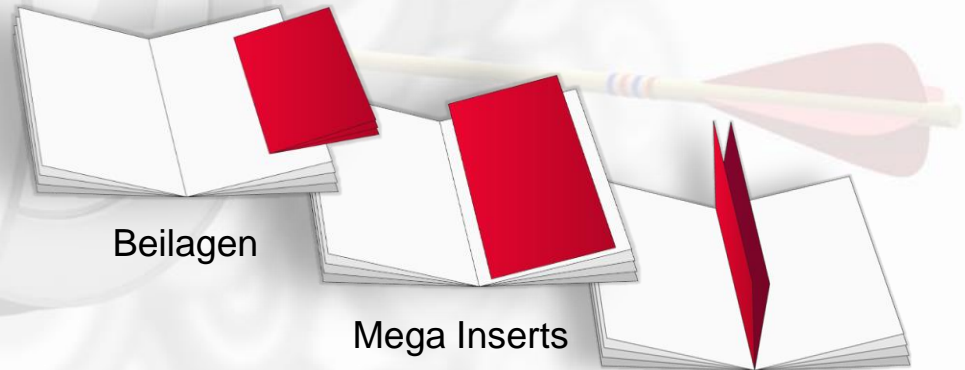
## Sonderwerbeformen:

z. Bsp. Full Cover



Full Cover mit Altarfalz  
Half Cover

## Ad Specials:



Beilagen

Mega Inserts

Beihefter

# FUNKE Print-Targeting

## Pricing-Model

- Für das Targeting werden die Tarif-Preise von TV DIGITAL und HÖRZU zu Grunde gelegt.
- Diese werden mit einem Preisaufschlag von 10% pro einschränkendem Item berechnet.
- Pro Targeting werden drei einschränkende Items als Basis berechnet.
- Jedes weitere einschränkende Merkmal wird mit weiteren 10% Aufschlag berechnet.

### Beispiel ZG mit 3 Items

Gesamtbevölkerung  
Gute bis sehr gute Bildung  
Alter 30-65 Jahre  
HHNEK 2.500,- € +

# FUNKE Print-Targeting

Rahmenbedingungen bei Buchungen

- Für die Durchführung von Targeting-Kampagnen ist **zwingend** eine vorherige Abstimmung der in Frage kommenden Heftfolgen notwendig.
- Für die Durchführung von Targeting-Kampagnen in TV DIGITAL & HÖRZU gelten vorgezogene Auftrags-Schlussstermin von mindestens sechs Wochen vor EVT.
- Die b4p-Zielgruppen müssen zum Auftrags-Schluss bei uns vorliegen, damit die rechtzeitige Selektion der ZG-Abonnenten durchgeführt werden kann.



# Anhang FUNKE Print-Targeting TV DIGITAL & HÖRZU



media **impact** ■  
magazine division



# FUNKE Print-Targeting

Detailliertere Informationen zum Selektionsprozess

- Um eine Zielgruppe aus b4p mit den Abonnenten-Daten von TV DIGITAL und/oder HÖRZU abgleichen zu können, wird die Zielgruppe genauer analysiert.
- Hierzu wird die Zielgruppe mit weiteren Items angereichert (z.B. Altersstruktur, Haushaltsgröße, Sozialer Status).
- Die angereicherte Zielgruppe wird dann auf amtliche und nichtamtliche Potenzialdaten übertragen.
- Auf dieser Basis erfolgt dann über Geo-Cluster-Daten eine geografisch repräsentative Hochrechnung, die die Zielgruppen-Abonnenten innerhalb der gesamten Abonnenten von TV DIGITAL und HÖRZU identifiziert und definiert.

# FUNKE Print-Targeting

Beispielhafte Darstellung des Selektionsprozesses

- Schritt 1: Weitere Profilierung der Zielgruppe über b4p

**b4p** best for planning

BSP-Zielgruppe Auto:  
Anschaffungsplan in den  
nächsten 1 bis 2 Jahren.

**1.000** antworten mit  
„Ja, sicher“

Wer sind diese  
1.000 Menschen?



Welche weiteren  
Merkmale haben sie?

**b4p** best for planning

BSP:

- Altersstruktur
- Haushaltsgröße
- Sozialer Status

**73%**

**Beispiel**

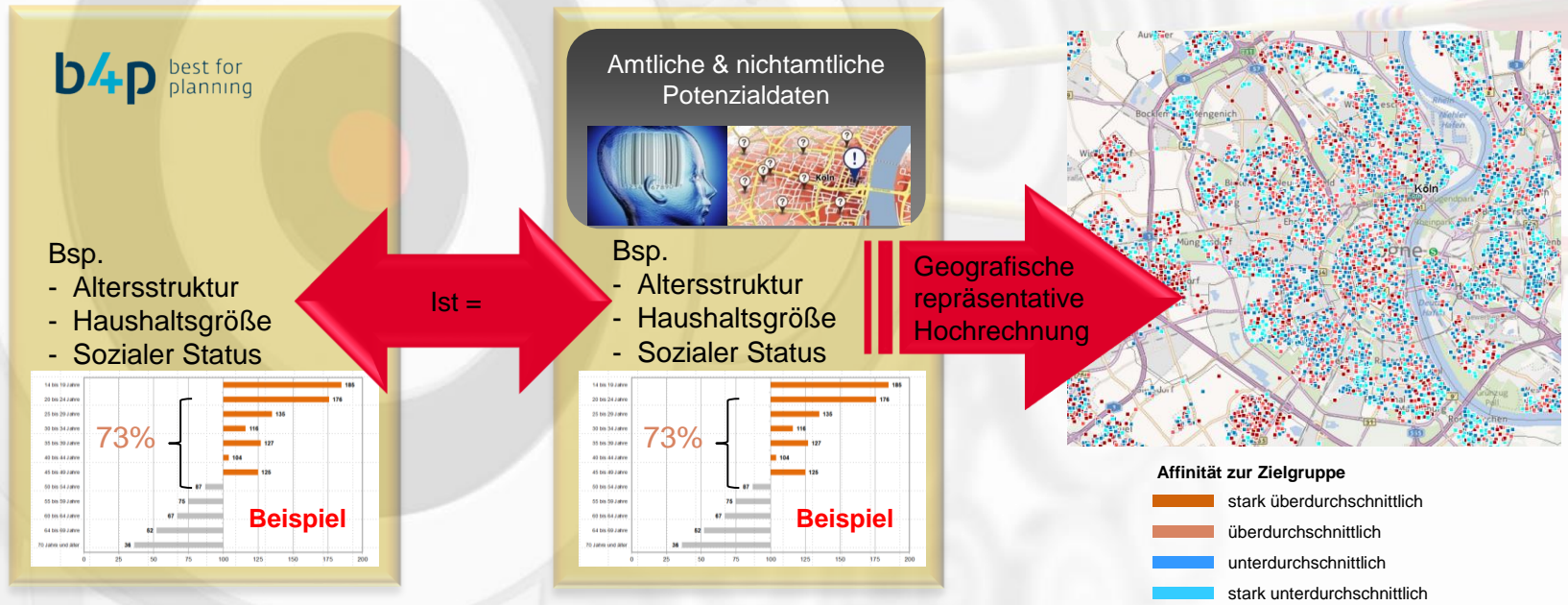
Age Group	Count
18 bis 24 Jahre	186
25 bis 34 Jahre	176
35 bis 44 Jahre	135
45 bis 54 Jahre	116
55 bis 64 Jahre	104
65 bis 74 Jahre	105
75 Jahre und älter	79
75 Jahre und älter	67
75 Jahre und älter	67
75 Jahre und älter	62
75 Jahre und älter	36

Category	Count
Altenstand: Allein	18
Altenstand: Allein	28
Altenstand: Allein	60
Altenstand: Allein	41
Altenstand: Allein	81
Altenstand: Allein	79
Altenstand: Allein	88
Altenstand: Allein	95
Altenstand: Allein	87
Altenstand: Allein	137
Altenstand: Allein	127
Altenstand: Allein	131
Altenstand: Allein	179
Altenstand: Allein	145
Altenstand: Allein	185

# FUNKE Print-Targeting

Beispielhafte Darstellung des Selektionsprozesses

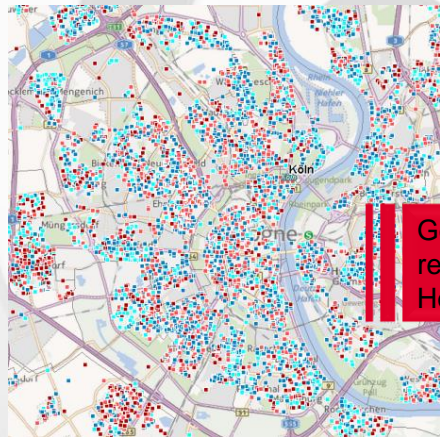
- Schritt 2: Übertragung der profilierten ZG auf umfangreiche Potenzialdaten und daraus folgend eine geografische Hochrechnung



# FUNKE Print-Targeting

Beispielhafte Darstellung des Selektionsprozesses

- Schritt 3: Zuordnung von KGS (Kreis-Gemeinde-Schlüssel) auf die geografische Hochrechnung und den Abgleich mit unseren Abonnenten-Daten (ebenfalls KGS).



Geografische  
repräsentative  
Hochrechnung

Zuordnung von KGS-Daten  
auf die geografische  
Hochrechnung (Indizierung).

Übertragung der KGS-Daten  
aus der Hochrechnung  
auf die Abonnenten-Daten  
von TV DIGITAL und/oder  
HÖRZU.

Re-transfer der  
Abo-Daten an  
die Herstellung

Bildung von unterschiedlichen  
Belegungseinheiten zur  
genauen Aussteuerung der  
Kampagne



Zielgruppen-  
affin



Nicht Zielgrup-  
penaffin

# Konzeptschutz Media Impact

FUNKE Print-Targeting

Die Inhalte dieser Präsentation (insbesondere Gedanken, Vorschläge und Konzepte) sind geistiges Eigentum der Media Impact GmbH & Co. KG und unterliegen dem jeweils geltenden deutschen Urheberrecht.

Jede ganze oder teilweise Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtes ist nicht gestattet.

Soweit die Inhalte dieser Präsentation nicht von der Media Impact GmbH & Co. KG erstellt wurden, werden die Urheberrechte Dritter beachtet. Insbesondere werden Inhalte Dritter als solche gekennzeichnet.

# FUNKE Print-Targeting

Berechnungsbeispiel **TV DIGITAL & HÖRZU** (bei gemeinsamer Belegung zu einem EVT)

- Beispiel Zielgruppe mit 3 Items:
  - Gesamtbevölkerung, gute bis sehr gute Bildung, Alter 30-65 Jahre, HHNEK 2.500,- €
  - Bsp.-ZG-Potential 200.000 Abonnenten TV DIGITAL + 200.000 Abonnenten HÖRZU

Targeting-Pricing Modell AdSpecials	TV DIGITAL	HÖRZU
<b>Auflagenanteil Targeting Zielgruppe</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>
<b>Grundpreis Abo: Beihefter bis 16 Seiten per o/oo</b>	<b>80,00 €</b>	<b>70,00 €</b>
Aufschlag 30% (für drei Targeting Items im Basispreis enthalten)	24,00 €	21,00 €
Aufschlag 10% pro weiterem Item	0,00 €	0,00 €
Media-Kosten Targeting Zielgruppe per o/oo	104,00 €	91,00 €
<b>Media-Kosten Targeting Zielgruppe gesamt</b>	<b>20.800,00 €</b>	<b>18.200,00 €</b>
abzgl. 15% AE	3.120,00 €	2.730,00 €
<b>Agenturnetto</b>	<b>17.680,00 €</b>	<b>15.470,00 €</b>
+ technische Kosten (Selektion/Handling)	6.800,00 €	
<b>Summe</b>	<b>39.950,00 €</b>	

# FUNKE Print-Targeting

Berechnungsbeispiel **TV DIGITAL**

- Beispiel Zielgruppe mit 3 Items:
  - Gesamtbevölkerung, gute bis sehr gute Bildung, Alter 30-65 Jahre, HHNEK 2.500,- €
  - Bsp.-ZG-Potential 200.000 Abonnenten TV DIGITAL

Targeting-Pricing Modell AdSpecials		TV DIGITAL
<b>Auflagenanteil Targeting Zielgruppe</b>		<b>200.000</b>
<b>Grundpreis Abo-Beilagen bis 20g per o/oo</b>		<b>80,00 €</b>
Aufschlag 30% (für drei Targeting Items im Basispreis enthalten)		24,00 €
Aufschlag 10% pro weiterem Item		0,00 €
Media-Kosten Targeting Zielgruppe per o/oo		104,00 €
<b>Media-Kosten Targeting Zielgruppe gesamt</b>		<b>20.800,00 €</b>
abzgl. 15% AE		3.120,00 €
<b>Agenturnetto</b>		<b>17.680,00 €</b>
+ technische Kosten (Selektion/Handling)		4.800,00 €
<b>Summe</b>		<b>22.480,00 €</b>

# FUNKE Print-Targeting

Berechnungsbeispiel **HÖRZU**

- Beispiel Zielgruppe mit 3 Items:
  - Gesamtbevölkerung, gute bis sehr gute Bildung, Alter 30-65 Jahre, HHNEK 2.500,- €
  - Bsp.-ZG-Potential 200.000 Abonnenten HÖRZU

Targeting-Pricing Modell AdSpecials		HÖRZU
<b>Auflagenanteil Targeting Zielgruppe</b>		<b>200.000</b>
<b>Grundpreis Abo-Beilage bis 20g per o/oo</b>		<b>70,00 €</b>
Aufschlag 30% (für drei Targeting Items im Basispreis enthalten)		21,00 €
Aufschlag 10% pro weiterem Item		0,00 €
Media-Kosten Targeting Zielgruppe per o/oo		91,00 €
<b>Media-Kosten Targeting Zielgruppe gesamt</b>		<b>18.200,00 €</b>
abzgl. 15% AE		2.730,00 €
<b>Agenturnetto</b>		<b>15.470,00 €</b>
+ technische Kosten (Selektion/Handling)		4.800,00 €
<b>Summe</b>		<b>20.270,00 €</b>





# FUNKE Print-Targeting TV DIGITAL & HÖRZU



media **impact** ■  
magazine division