



LESER-TEST

AKTION BEI COMPUTER BILD

Computer Bild

COMPUTERBILD | ZIELGRUPPE

DER EXPERTE AUF DEM GEBIET DER TECHNIK

7,87
MILLIONEN
UNIQUE USER¹

21,89
MILLIONEN
VISITS²

42,68
MILLIONEN
PAGE IMPRESSIONS²

VERTRAUEN AUF HÖCHSTEM NIVEAU

Als vertrauenswürdige und starke Marke gibt COMPUTER BILD selbstbewusst klare Empfehlungen und Einschätzungen zu Techniktrends und zeigt, wie Technik Spaß und Lebensfreude bringt und das Leben leichter macht.

RELEVANTES UMFELD

Themen rund um Computer, Smartphones, Smart Home, PC- und Konsolenspiele, Audio, Video, TV und Fotografie bieten das perfekte Umfeld für Ihre Marke.



66%
männlich¹



49%
20 – 49 Alter¹



79%
Einkommen > 2.000 €¹



69%
berufstätig¹

Quelle: daily digital facts ab 2022 12.12.2022 / Medienanalyse 16 Jahre und älter (mit b4p-Merkmalen) Letzter Monat (Oktober 2022)
¹IVW November 2022



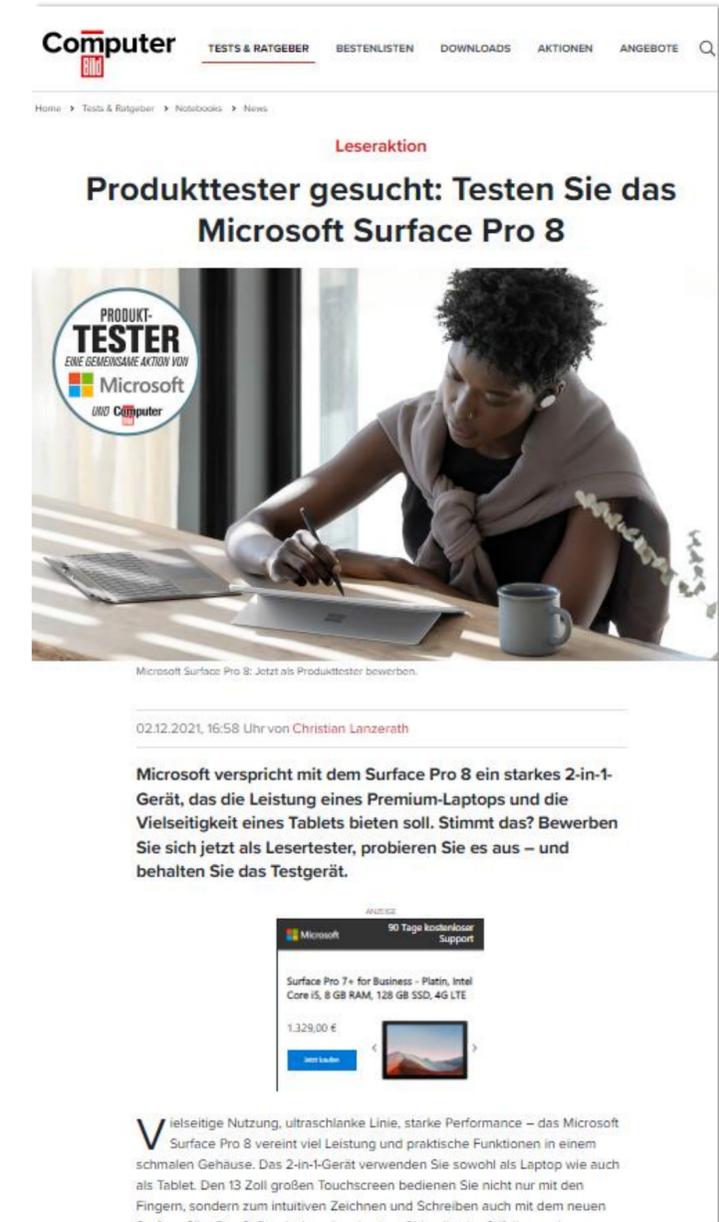
DAS KONZEPT

Der Partner ermöglicht den Usern, eines seiner innovativen Produkte auf Herz und Nieren zu testen

Die User bewerben sich über eine exklusive und gemeinsame Aktion auf der Website

Die Redaktion unterstützt, begleitet und organisiert den Test

- Aufruf zur Teilnahme
- Auswahl und Benachrichtigung der Teilnehmer
- Begleitung des Tests
- Auswertung & Veröffentlichung der Erfahrungsberichte



Umsetzungsbeispiel

ABLAUF

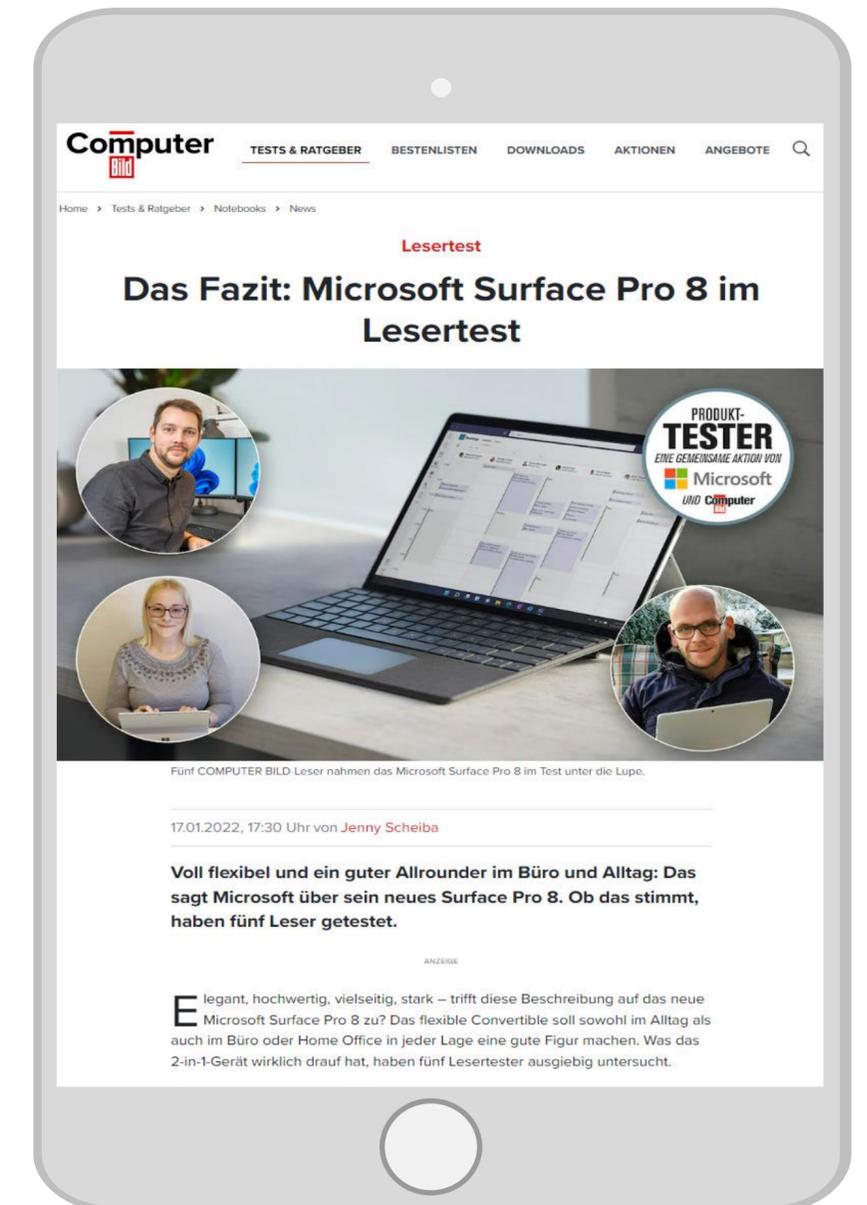
In den Medien der COMPUTER BILD-Gruppe wird via Online / Mobile/ Social Media und Newsletter zum gemeinsamen Produkttest aufgerufen

Die danach ausgewählten User bewerten die Performance des Produktes und dokumentieren ihre Erfahrungen

Den Testbericht senden die Tester an die Redaktion

In einer Nachberichterstattung greift die Redaktion das Leserfeedback auf

Das Produkt verbleibt als Dankeschön bei den Testern



Umsetzungsbeispiel

EMPFEHLUNGSMARKETING

Lesertester erhöhen die Glaubwürdigkeit der Testaussagen.

Begleitend zur redaktionellen Leseraktion hat der Partner die Möglichkeit exklusive Aktionsseiten (z.B. Produktstorys) und Online-Media zu schalten, welche das gemeinsame Aktionslogo inkl. COMPUTER BILD-Logo tragen.

Die Maßnahmen bieten dem Partner die Möglichkeit, die Aktion für die eigene Markenkommunikation zu nutzen.

Die Redaktion erteilt die Erlaubnis zur Nutzung des gesamten co-gebrandeten Logo-Materials.

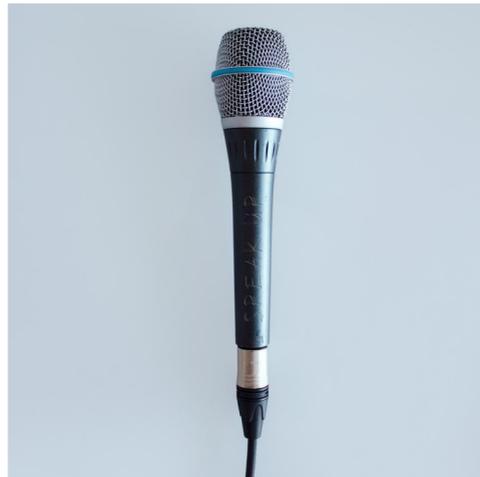


Beispielhaftes Werbemittel inkl. Testlogo



Beispielhafte Einbindung innerhalb einer Produktstory

ÜBERBLICK



Aufruf



Test



Nachbericht



Logoverwendung



Werbliche Unterstützung durch den Kunden

Redaktioneller Aufruf und Auswahl der Tester

Ein durch die Redaktion begleiteter Test

Berichterstattung mit ausgewählten Kommentaren der Tester

Empfehlungs-marketing: Logoverwendung für Ihre Kommunikation