



# ROLLING STONE WEIHNACHTSKONZERTE 2023

... BECAUSE MUSIC SOUNDS BETTER WITH YOU

*impassioned by*

media **impact**—

# SAVE THE DATE: DAS MUSIKALISCHE HIGHLIGHT IM ADVENTSKALENDER

Kurz vor Weihnachten präsentiert ROLLING STONE wieder ein einzigartiges Weihnachtskonzert.

Der Gig wird als YouTube-Live Stream exklusiv für 24 Stunden zu sehen sein, verbunden mit ihrem persönlichen Call to Action. Die Aktion wird auf den Print-, Digital- und Social-kanälen von ROLLING STONE begleitet und inkludiert folgende Komponenten:

Print 1/1 Anzeigen

Advertorialstage

Sponsored Stories

Display Ads

Sponsored Reels

Videostage



[Hier geht's zum Stream](#)



# ALLE JAHRE WIEDER... ROLLING STONE FÜHRT DIE TRADITION FORT

Seit 2020 findet jedes Jahr das traditionelle Rolling Stone Weihnachtskonzert statt.

In dem Erfolgsformat waren bereits namenhafte Künstler:innen wie Nico Santos, Alice Phoebe Lou und Max Giesinger vertreten.

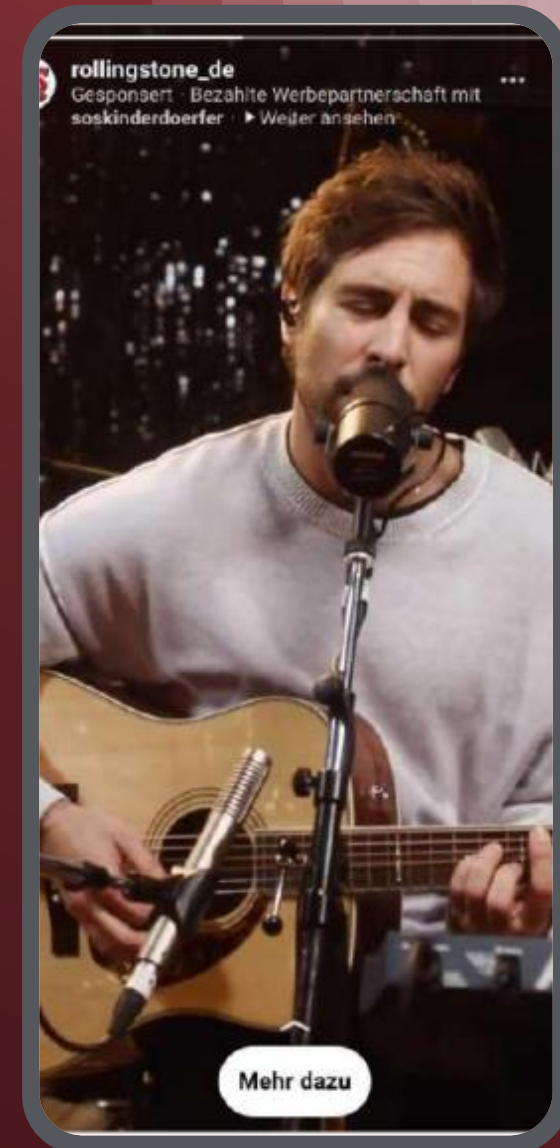
Crossmedial erreichen wir monatlich 1,8 Mio. Unique Visitors\*, 340k Follower auf Social Media\*\* und 50-60k Leser\*\*\*.

Seien Sie in diesem Jahr dabei und werden sie Partner, um zum Jahresendspurt (vor-)weihnachtliche Aufmerksamkeit zu erhalten!

\* Adobe Analytics

\*\* Addierte Reichweite Facebook, Instagram, X (September 23)

\*\*\* Interne Erhebung (November 2022)



# BEST CASE 2022 – MAX GIESINGER

The screenshot shows a section of the Rolling Stone website titled "SOS-KINDERDÖRFER WELTWEIT". It features three columns of text and images. The first column is titled "SOS-Kinderdörfer helfen in der Ukraine: Wie Geflüchtete einen neuen Lebensrhythmus finden". The second column is titled "Gewinnspiel zum exklusiven Weihnachtskonzert von Max Giesinger für SOS-Kinderdörfer weltweit". The third column is titled "Schöne Weihnachtstraditionen: 8 Spendenkonzerte der SOS-Kinderdörfer". Below this, there is a "Gewinnspiel zum exklusiven Weihnachtskonzert von Max Giesinger für SOS-Kinderdörfer weltweit" section with a "JETZT SPIELEN" button. At the bottom, there is a "NEIL YOUNG, 'HARVEST' ERSCHEINT ALS SPEKTAKULÄRES 50TH ANNIVERSARY EDITION BOXSET" advertisement.

The screenshot shows a video stage advertisement on the Rolling Stone website. It features a central video player with a red play button and the text "Momente, die bleiben." and "JETZT SPIELEN". Below the video player, there are several smaller images and text blocks, including "Lisa Marie Presley: Welche Details zum Tod kommen" and "Rolling Stones: Single 'Wild Horses' von Best Of 'GIBS'".

The screenshot shows a mobile phone screen displaying a text-based advertisement. The text reads: "„Ich würde es nicht ändern, aber ich würde auch nicht wieder so weitermachen“". Below this, there is a paragraph of text: "Über Tiefpunkte mit den Kollegen sprach der 66-Jährige in der neuen Ausgabe von „Classic Rock“: „Als die nicht-musikalischen Dinge so intensiv wurden, hat mir das ein wenig die Freude genommen. Es sind einfach die Aspekte, bei denen man aufwacht und sagt: „Puh, ich will heute nicht fotografiert werden. Und ich will nicht so tun, als wäre ich ein Schauspieler in einem Video, in dem ich nicht spielen kann.“". Below the text, there is a "JETZT SPENDEN!" button and a small image of a person.

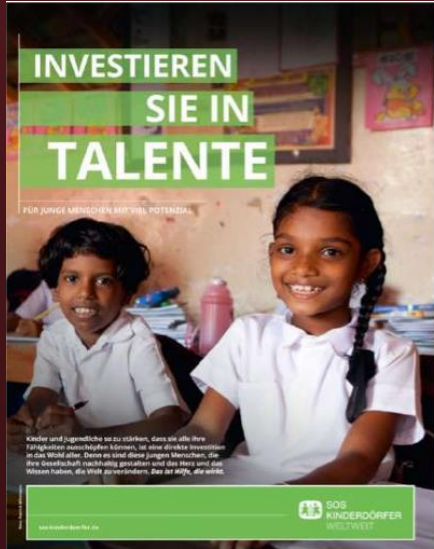
The screenshot shows a mobile phone screen displaying a video advertisement. The text reads: "„Wenn ich eins nicht will, dann stehen bleiben“". Below this, there is a paragraph of text: "Van Taronen sagt dem ROLLING STONE im Interview, es läge ihm fern, in seiner Kunst oder seinem Leben unbezahlbar zu sein. Bei den Live-Konzerten waren Taronen heute also nicht mehr hinter dem Karo, sondern hinter Fraktionen und Lager. Und sich kurz in Schärfe auf, die er auf dem roten Teppich erlangt und beobachtet. Man sieht den Taronen hinter geglätteten Leinwänden vor der Bühne, auf die experimentelle Visuals projiziert sind. Gelegenheit: interviewt ihn auf der Bühne gegenüber seiner Frau, die sich als Support Act vor dem Namen Quagga nennt". Below the text, there is a "JETZT SPENDEN!" button and a small image of a person.

**Advertorial Stage inkl. Advertorials**  
Die Advertorial Stage wird prominent auf der Home platziert und individuell im Kundendesign gestaltet. In der Stage sind drei Advertorials des Partners integriert.

**Videostage**  
Die Videostage wird auf rollingstone.de integriert und beinhaltet einen Youtube Stream vom Konzert.

**Display Ads**  
Mit verschiedenen Display Ads begleiten wir die Kampagne digital auf ROLLING STONE.

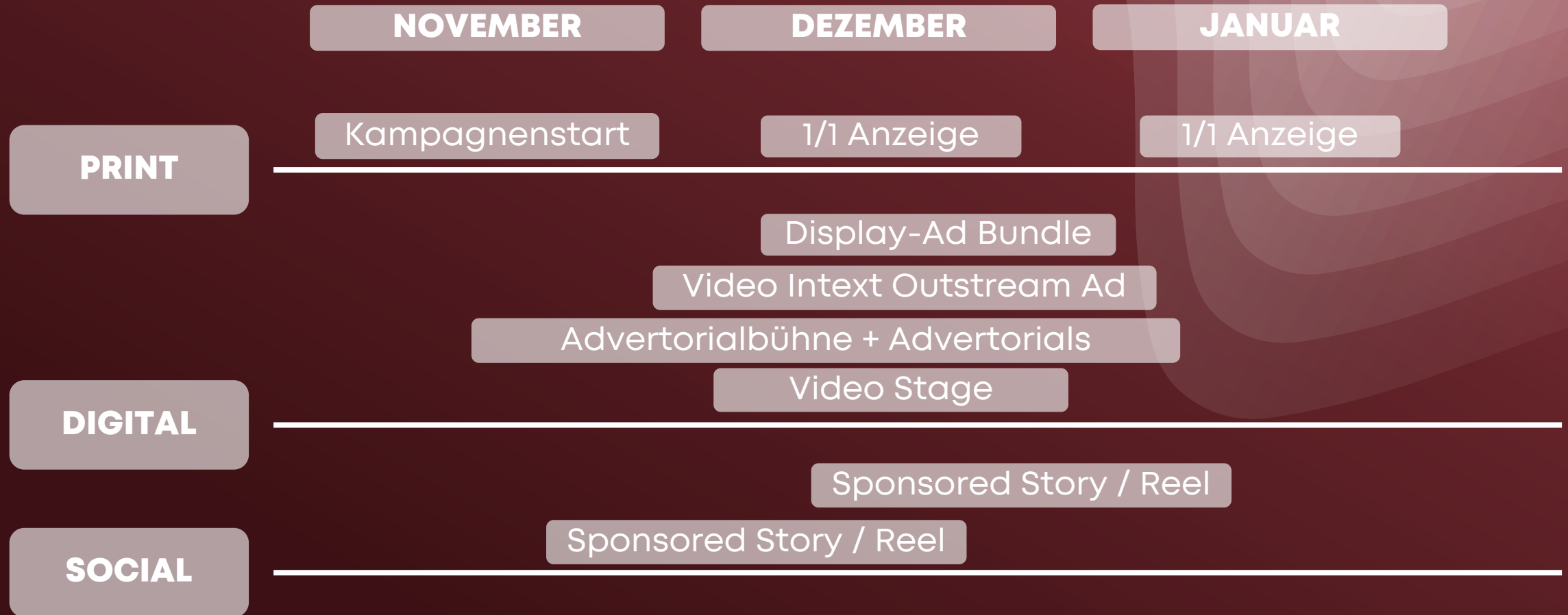
# BEST CASE 2022 – MAX GIESINGER



**Print**  
1/1 Seite

**Social Media**  
Sponsored Post und Reels

# IHRE CHRISTMAS TIMELINE



\* Exemplarische Timeline



# HO HO HOLEN SIE SICH HIER IHR ANGEBOT

*impassioned by*

media **impact** 

## **Tim Huth**

Senior Manager Partnerships Live Experience

[tim.huth@axelspringer.com](mailto:tim.huth@axelspringer.com)

 München

## **Sebastian Prahl**

Director Partnerships

[+49 151-440 471 18](tel:+4915144047118)

[sebastian.prahl@axelspringer.com](mailto:sebastian.prahl@axelspringer.com)

 München

 **Media Impact GmbH & Co. KG** | Zimmerstraße 50 | 10888 Berlin

 [www.mediaimpact.de](http://www.mediaimpact.de)