



MEDIA IMPACT BRANCHEN BUNDLES

ÜBERSICHT



**AUTOMOTIVE
BUNDLE**

**BUSINESS
BUNDLE**

**FINANCE
BUNDLE**

**HEALTHCARE
BUNDLE**

**LUXURY &
LIFESTYLE
BUNDLE**

SPORT BUNDLE

**TELCO &
CONSUMER
BUNDLE**

TRAVEL BUNDLE

**CONSUMER
GOOD FEMALE
BUNDLE**

**CONSUMER
GOOD MALE
BUNDLE**

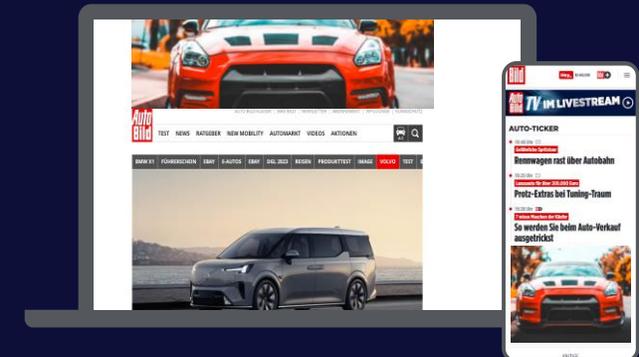


MIT EINEM KLICK ZUM ZIEL

| media **impact**

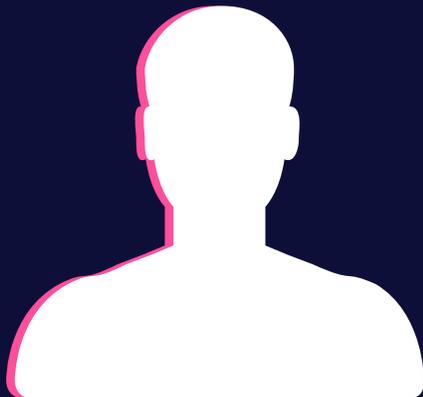
AUTOMOTIVE BUNDLE

Diese User erreichst du: Männer die sich stark für Urlaubsreisen (Aff. 104), elekt. Heimwerkergeräte (Aff. 113), Mobiltelefone/Telefone/Smartphones (Aff. 107), Zweiräder (Affi. 121), Baufinanzierung/Hypothekenkredit (Aff. 117) und/oder Computer/ Notebook/ Tablets (Aff. 108) interessieren.



Buchbare Formate: Dynamic Sitebar o. Billboard + Mobile Medium Rectangle / InText Outstream Ads

Detaillierte Zielgruppeninformationen



Geschlecht:

♂ 73% ♀ 27%

Haushaltsnettoeinkommen:

2.000€ - 3.000€: 24%
3.000€ und mehr: 55%

Ausbildung:

Weiterführende Schule oder
Abitur/Fachabitur: 25%

1,5 Mio. Als | 1 Tag Laufzeit²



autobild.de RoS und
bild.de TopicRun
Auto¹



Kontextuelles
Targeting
„OVK - AUTOMOTIVE“
im Media Impact
Portfolio RoP



Quelle: agof daily digital facst 04.01.2023; Basis: Digital WNK (61,63 Mio); Einzelmonat Oktober 2022
Trafficverteilung zwischen den Marken und RoP inkl. Targeting nach Verfügbarkeit

1) Bei der Buchung von InText Outstream wird die Video Ad statt auf dem BILD.de TopicRun Auto bei BILD.de Channel Auto und Auto Story ausgespielt.

2) Laufzeit bei InText Outstream: 1 Woche

ÜBERSICHT

| media impact

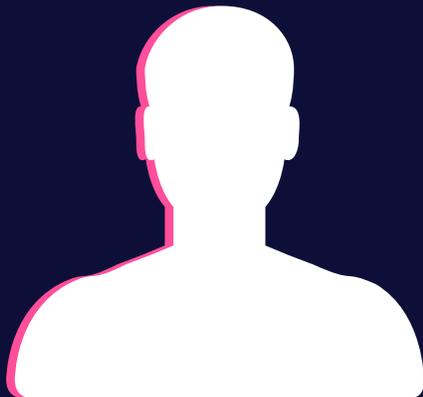
BUSINESS BUNDLE

Diese User erreichst du: Männer die sich neben PKW's auch stark für Urlaubsreisen (Aff. 104), elekt. Heimwerkergeräte (Aff. 129), Mobiltelefone/ Telefone/Smartphones (Aff. 111) und/oder Computer/ Notebook/ Tablets (Aff. 115) interessieren.



Buchbare Formate: Dynamic Sitebar o. Billboard + Mobile Medium Rectangle

Detaillierte Zielgruppeninformationen



Geschlecht:

♂ 60% ♀ 40%

Haushaltsnettoeinkommen:

2.000€ - 3.000€: 24%
3.000€ und mehr: 53%

Ausbildung:

Weiterführende Schule oder
Abitur/Fachabitur: 26%

1,5 Mio. Als | 1 Woche Laufzeit



welt.de Channel
Wirtschaft und
businessinsider.de
Channel Wirtschaft



Kontextuelles
Targeting
„OVK – BUSINESS &
FINANCE“ & „OVK –
PERSONAL FINANCE“ im
Media Impact Portfolio
RoP¹



ÜBERSICHT

| media impact

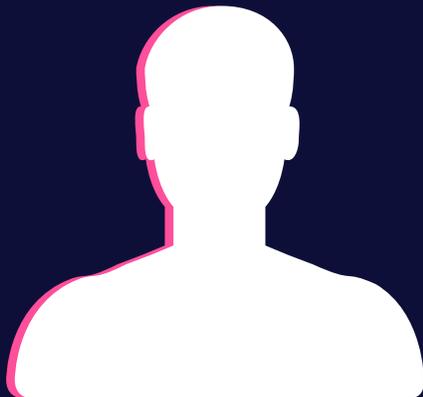
FINANCE BUNDLE

Diese User erreichst du: Männer die sich stark für Urlaubsreisen (Aff. 104), elekt. Heimwerkergeräte (Aff. 117), Mobiltelefone/ Telefone/Smartphones (Aff. 108), Zweiräder (Aff. 124), Baufinanzierung/ Hypothekenkredit (Aff. 121) und/oder Computer/ Notebook/ Tablets (Aff. 110) interessieren.



Buchbare Formate: Dynamic Sitebar o. Billboard + Mobile Medium Rectangle / InText Outstream Ads

Detaillierte Zielgruppeninformationen



Geschlecht:

♂ 63% ♀ 47%

Haushaltsnettoeinkommen:

2.000€ - 3.000€: 24%
3.000€ und mehr: 55%

Ausbildung:

Weiterführende Schule oder
Abitur/Fachabitur: 26%

1,5 Mio. Als | 1 Tag Laufzeit!



finanzen.net RoS,
welt.de Channel
Wirtschaft und
businessinsider.de
Channel Wirtschaft



**Kontextuelles
Targeting**
**„OVK – BUSINESS &
FINANCE“** im Media
Impact Portfolio RoP

finanzen.net

**BUSINESS
INSIDER**

WELT

mi
media impact

ÜBERSICHT

| media **impact**

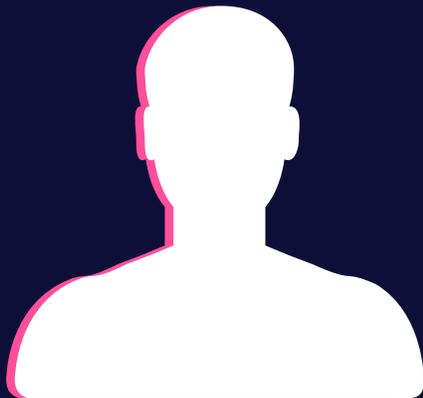
HEALTHCARE BUNDLE

Diese User erreichst du: Frauen und Männer die sich stark für Urlaubsreisen (Aff. 104), Babynahrung & -Pflege (Aff. 122), Mode (Aff. 114), Dekorative Kosmetik (Aff. 132), Schmuck (Aff. 125) und/oder Taschen/ Reisegepäck/ Lederwaren (Aff. 122) interessieren.



Buchbare Formate: Dynamic Sitebar o. Billboard + Mobile Medium Rectangle

Detaillierte Zielgruppeninformationen



Geschlecht:

♂ 56% ♀ 44%

Haushaltsnettoeinkommen:

| | |
|------------------|-----|
| 2.000€ - 3.000€: | 24% |
| 3.000€ und mehr: | 53% |

Ausbildung:

Weiterführende Schule oder
Abitur/Fachabitur: 47%

1,5 Mio. Als | 1 Woche Laufzeit



welt.de Channel
Gesundheit



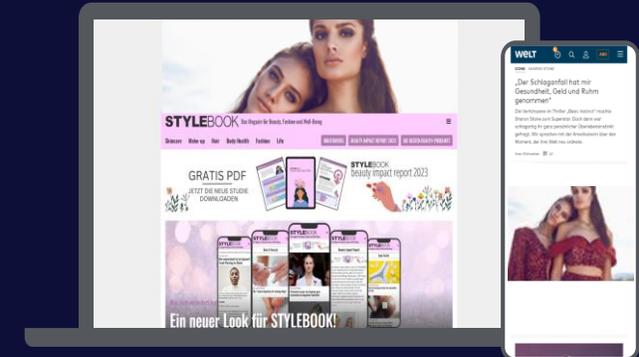
Kontextuelles
Targeting
„OVK –HEALTHCARE“ im
Media Impact Portfolio
RoP

WELT



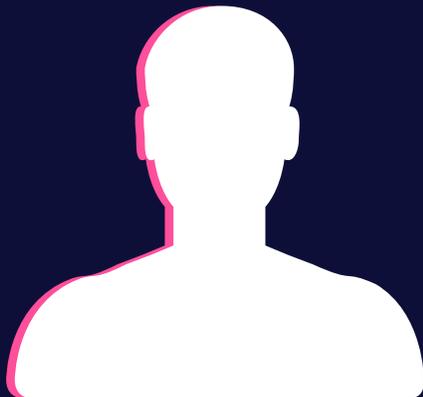
LUXURY & LIFESTYLE BUNDLE

Diese User erreichst du: Frauen und Männer die sich stark für Urlaubsreisen (Aff. 105), Mobiltelefone/ Telefone/ Smartphones (Aff. 106), Schuhe (Aff. 104), Babynahrung/ -pflegemittel (Aff. 119) und/ oder ebook-Reader (Aff. 116) interessieren.



Buchbare Formate: Dynamic Sitebar o. Billboard + Mobile Medium Rectangle

Detaillierte Zielgruppeninformationen



Geschlecht:

♂ 48% ♀ 52%

Haushaltsnettoeinkommen:

2.000€ - 3.000€: 24%
3.000€ und mehr: 54%

Ausbildung:

Weiterführende Schule oder
Abitur/Fachabitur: 26%

1,5 Mio. Als | 1 Woche Laufzeit



stylebook.de RoS,
welt.de Channel
Lifestyle
und ICON RoS



Kontextuelles
Targeting
„OVK – SHOPPING“ im
Media Impact Portfolio
RoP

WELT ICON

STYLEBOOK

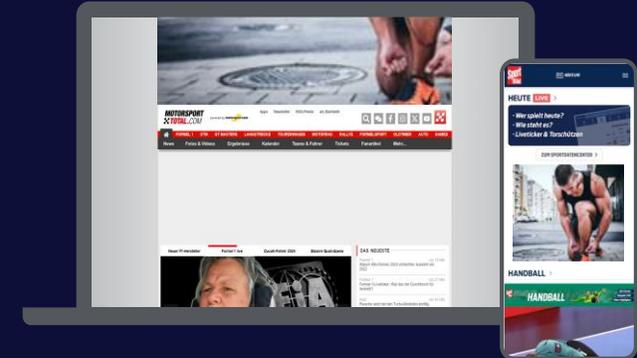


ÜBERSICHT

| media impact

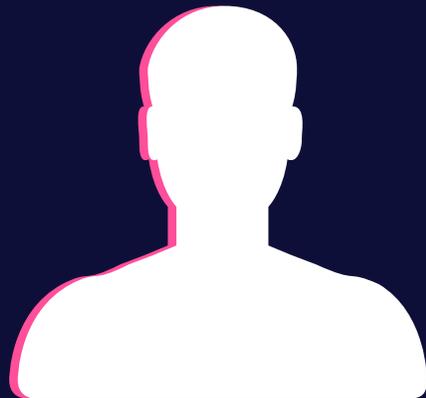
SPORT BUNDLE

Diese User erreichst du: Männer die sich stark für Urlaubsreisen (Aff. 103), elekt. Heimwerkergeräte (Aff. 128), Mobiltelefone/ Telefone/Smartphones (Aff. 113), Zweiräder (Aff. 142), Computersoftware/ -spiele (Aff. 132) und/oder Computer/ Notebook/ Tablets (Aff. 118) interessieren.



Buchbare Formate: Dynamic Sitebar o. Billboard + Mobile Medium Rectangle / InText Outstream Ads

Detaillierte Zielgruppeninformationen



Geschlecht:

♂ 80% ♀ 20%

Haushaltsnettoeinkommen:

2.000€ - 3.000€: 24%
3.000€ und mehr: 54%

Ausbildung:

Weiterführende Schule oder
Abitur/Fachabitur: 25%

1,5 Mio. Als | 1 Tag Laufzeit¹⁾



sportbild.de RoS,
transfermarkt.de RoS
und
Motorsport Bundle
RoS (formel1.de,
motorsport-
total.com)



FORMEL1.de

MOTORSPORT
TOTAL.COM



Kontextuelles
Targeting
„**OVK – SPORTS**“ im
Media Impact Portfolio
RoP



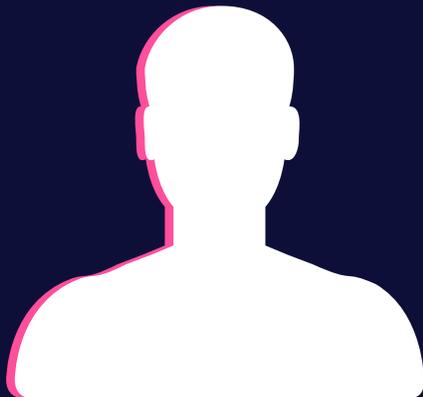
TELCO & CONSUMER BUNDLE

Diese User erreichst du: Männer die sich stark für Computersoftware/ -spiele (Aff. 125), Mobiltelefone/ Telefone/ Smartphones (Aff. 111), Zweiräder (Aff. 130), Baufinanzierung/ Hypothekenkredit (Aff. 122) und/oder Computer/ Notebook/ Tablets (Aff. 113) interessieren.



Buchbare Formate: Dynamic Sitebar o. Billboard + Mobile Medium Rectangle / InText Outstream Ads

Detaillierte Zielgruppeninformationen



Geschlecht:

♂ 65% ♀ 35%

Haushaltsnettoeinkommen:

2.000€ - 3.000€: 24%
3.000€ und mehr: 55%

Ausbildung:

Weiterführende Schule oder
Abitur/Fachabitur: 25%

1,5 Mio. Als | 1 Woche Laufzeit



computerbild.de
RoS,
und techbook.de RoS



Kontextuelles
Targeting
„OVK -VIDEO GAMING“
& „OVK -TECHNOLOGY“
im Media Impact
Portfolio RoP

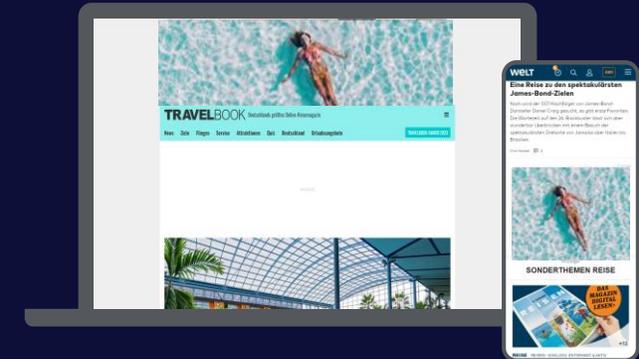
Computer
bild

TECHBOOK

mi
media impact

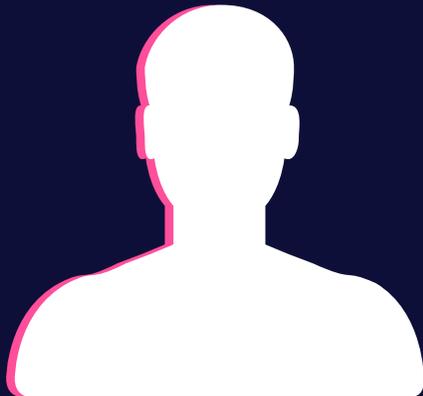
TRAVEL BUNDLE

Diese User erreichst du: Männer und Frauen die sich stark für Urlaubsreisen (Aff. 105), Mobiltelefone/ Telefone/ Smartphones (Aff. 106), Schuhe (Aff. 101), Zweiräder (Aff. 124), Baufinanzierung/ Hypothekenkredit (Aff. 118) und/oder Babynahrung/ -pflegemittel (Aff. 118) interessieren.



Buchbare Formate: Dynamic Sitebar o. Billboard + Mobile Medium Rectangle

Detaillierte Zielgruppeninformationen



Geschlecht:

♂ 57% ♀ 43%

Haushaltsnettoeinkommen:

2.000€ - 3.000€: 25%
3.000€ und mehr: 55%

Ausbildung:

Weiterführende Schule oder
Abitur/Fachabitur: 26%

1,5 Mio. Als | 1 Woche Laufzeit



travelbook.de.net
RoS und welt.de
Channel Reise



Kontextuelles
Targeting
„OVK – TRAVEL“ im
Media Impact Portfolio
RoP

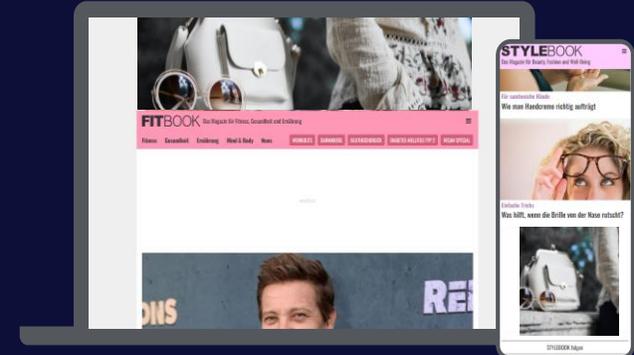
WELT

TRAVELBOOK



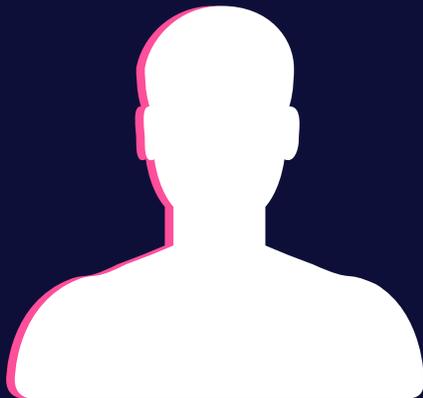
CONSUMER GOOD FEMALE BUNDLE

Diese User erreichst du: Männer und Frauen, die sich (sehr) stark für Urlaubsreisen (Aff. 106), Mobiltelefone/ Telefone/ Smartphones (Aff. 107), Schuhe (Aff. 102), Baufinanzierung/ Hypothekenkredit (Aff. 126), Privatkredit (Aff. 123) und/oder sonstige Kredite (Aff. 123) interessieren.



Buchbare Formate: Dynamic Sitebar o. Billboard + Mobile Medium Rectangle / InText Outstream Ads

Detaillierte Zielgruppeninformationen



Geschlecht:

♂ 52% ♀ 48%

Haushaltsnettoeinkommen:

2.000€ - 3.000€: 24%
3.000€ und mehr: 57%

Ausbildung:

Weiterführende Schule oder
Abitur/Fachabitur: 29%

1,5 Mio. Als | 1 Woche Laufzeit



stylebook.de RoS,
und fitbook.de RoS



Kontextuelles
Targeting
„OVK – SHOPPING“ &
„OVK – STYLE &
FASHION“ im Media
Impact Portfolio RoP

FITBOOK

STYLEBOOK

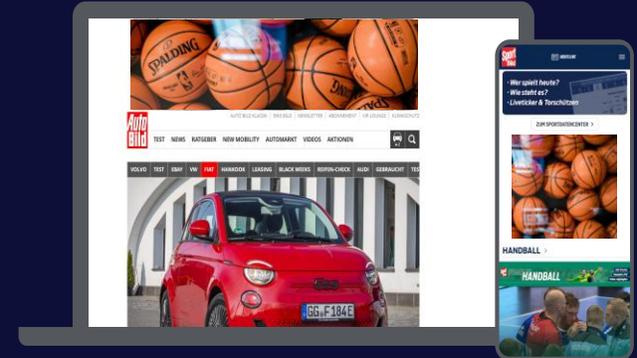


ÜBERSICHT

media impact

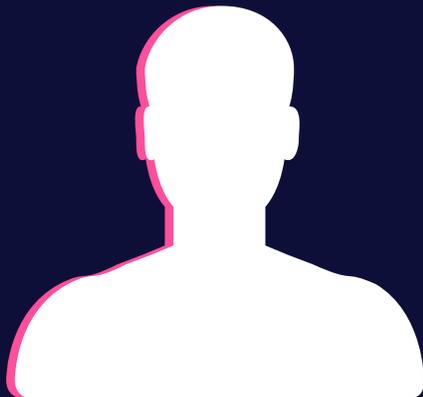
CONSUMER GOOD MALE BUNDLE

Diese User erreichst du: Männer, die sich stark für Urlaubsreisen (Aff. 104), Mobiltelefone/ Telefone/ Smartphones (Aff. 115), Computer/ Notebook/ Tablets (Aff. 118), Zweiräder (Aff. 142), Computersoftware/ -spiele (Aff. 136) und/ oder PKW-Zubehör (Aff. 127) interessieren.



Buchbare Formate: Dynamic Sitebar o. Billboard + Mobile Medium Rectangle / InText Outstream Ads

Detaillierte Zielgruppeninformationen



Geschlecht:

♂ 78% ♀ 22%

Haushaltsnettoeinkommen:

2.000€ - 3.000€: 24%
3.000€ und mehr: 55%

Ausbildung:

Weiterführende Schule oder
Abitur/Fachabitur: 25%

1,5 Mio. Als | 1 Woche Laufzeit



sportbild.de RoS,
Motorsport Bundle
RoS (formel1.de,
motorsport-
total.com) und
autobild.de RoS



Kontextuelles
Targeting
„OVK – SPORTS“ & „OVK
– AUTOMOTIVE“ im
Media Impact Portfolio
RoP

