



AdAlliance

#keeponplaying

Native Angebote der Familienmarken



Kinderbeschäftigung hat mit den Konsequenzen der Corona-Pandemie eine zentrale Bedeutung in den Familienhaushalten

Lange Pause. Kurze Weile.

Kinderbeschäftigung hat mit den Konsequenzen der Corona-Pandemie eine zentrale Bedeutung in den Familienhaushalten bekommen. Die schnelle Idee und der konkrete Tipp zum Losspielen, Malen und Basteln oder die gemeinsame Zeit für einen Familienfilm. Sie alle helfen den Familienalltag zu gestalten, Eltern und Kinder glücklich zu machen.

Die Reise nach Jerusalem statt Badeurlaub auf Mallorca.

Kinderbeschäftigung begleitet die Familien auch weiterhin. Nutzen Sie die Beschäftigungsideen für Ihr eigenes Brand Storytelling. Wir haben dafür native Konzepte entwickelt.

Unsere starken Familien-Marken bieten dafür ideale Umfelder und Umsetzungsideen auf allen Kanälen:

BRIGITTE MOM, BABY & CO, ELTERN, ELTERN FAMILY, FAMILIE&CO, GEOLINO, GEOLINO MINI, Mein erstes GEOLINO, RTL, SUPER RTL und VOX





Beschäftigungsideen als werblicher Trigger für Ihr Brand Storytelling

#keeponplaying – Reise nach Jerusalem statt Badeurlaub auf Mallorca



Print + Digital

Advertorialkonzept

mit

Beschäftigungsideen und
Produktinszenierung



xDigital

Content Special

mit

Mixed Content von
Redaktion und Kunde



Social

Social Storytelling

mit

integrierter Story

+

Feedpost





Beschäftigungsideen als werblicher Trigger für Ihr Brand Storytelling

#keeponplaying – In 80 Tagen um die Welt statt Angeln in Schweden



Podcast

Native + Branded Produkte
mit Placements +
Inszenierungen mittendrin
im Hörabenteuer



TV

**Klassische TV oder
Sonderwerbeform**
Zielgruppennähe von der
Daytime bis in die Family
Prime Time



#keeponplaying Print + Digital Advertorialkonzept





#keeponplaying Advertorial-Konzept

Produkt	Advertorialkonzept single-branded (co-branded auf Anfrage)
Thema	Native Integration von Brand Storytelling mit Beschäftigungsideen für Familien
Print-Marken	BABY&CO, BRIGITTE MOM, ELTERN, ELTERN FAMILY, FAMILIE&CO, GEOLINO, GEOLINO EXTRA, GEOLINO MINI, MEIN ERSTES GEOLINO
Pricing	Print: 1/1 Seitenpreis zzgl. Kreativekosten ab € 2.700
Platzierung	in affinen Beschäftigungs-Umfeldern der jeweiligen Marken möglich
Rahmenbedingungen	jeweils Vorlaufzeit für die Kreation von 3 Wochen vor jeweiligem AS
Laufzeit	Buchung bis Ende 2021





#keeponplaying-Advertorialkonzept:

1,2,3 und losspielen

Wir entwickeln ein **natives Advertorial-Konzept**, das konkrete Beschäftigungsanleitungen und Produktversprechen integriert.

Das Konzept wird **nativ, wirkungsvoll** und **abgestimmt** auf Sprache und Optik der jeweiligen Familienmarke umgesetzt. Wir inszenieren typische auf den Kunden/das Produkt abgestimmte Beschäftigungsideen. Und ergänzen diese fließend um die **produkt-spezifischen Musts**.

Das Advertorial kann in **Print** in affine **Umfelder** „Kinderbeschäftigung“ platziert werden. **Digital** in einem **Content-Special**.





#keeponplaying-Advertorialkonzept: Beispiele für unterschiedliche Kinder-ZG, Beschäftigungsthemen, Branchen/Kunden

Branche/
Kunde
Fashion
Alter 1+

Auf die Füße
fertig, los!

Fussabdrücke

Barfußpfad

Das wird benötigt
bequeme Schuhe
Kreide
Fingerfarbe
Krepppapier

RENO
Die besten im Schuh

#keep on playing

auch
digital
verlänger
bar

Branche/
Kunde
Food
Alter 3+

ESSEN MIT SPASSFAKTOR

So wird das gemeinsame Kochen und Essen zum Gedicht:

Das braucht ihr dafür:
500 g Möhren • Salz • 1 Packung Fischstäbchen • 1 EL griechischer Salzwortgurt • 2 Zucchini • 4 Knoblauchzehen • 1 Beet grüne Spargel-Keese • 30 Min Zeit

So geht's:
1. Möhren schälen und klein schneiden. In kochendem Salzwasser ca. 12 Minuten kochen, bis sie weich sind. Danach abgießen und mit kaltem Wasser abspülen. Möhren abgießen, dabei 3 EL Gewässer anfangen. Möhren, Gewässer und 2 EL Joghurt in einen hohen Rührbecher geben, mit einem Sparschneider in lange Streifen schneiden. Zucchini in feine Ringe schneiden und als „Haare“ darauflegen. 2. Fischstäbchen aus dem Ofen nehmen, lange in unterschiedlich große Stücke schneiden und als „Baar“ an die „Gesichter“ legen. Zucchinihälften als „Häuser“ an die „Gesichter“ stecken. Kresse vom Beet schneiden und auf die „Zucchini-Haare“ stecken.

Das Essensquiz:
1. Es werden zwei Teams gebildet und es gibt einen Quizmaster, der verschiedene Fragen rund um das Essen stellt.
2. Was ist der Unterschied zwischen Salz und Süßwaren?
3. Pressen auf der Erde: Wie lange braucht eine Erbe bis sie reif ist?
4. Schoko mal, Schokolade: Wie hoch wird eine Schokoladentafel?

Das Essenquiz:
1. Es werden zwei Teams gebildet und es gibt einen Quizmaster, der verschiedene Fragen rund um das Essen stellt.
2. Was ist der Unterschied zwischen Salz und Süßwaren?
3. Pressen auf der Erde: Wie lange braucht eine Erbe bis sie reif ist?
4. Schoko mal, Schokolade: Wie hoch wird eine Schokoladentafel?

Das Essenquiz:
1. Es werden zwei Teams gebildet und es gibt einen Quizmaster, der verschiedene Fragen rund um das Essen stellt.
2. Was ist der Unterschied zwischen Salz und Süßwaren?
3. Pressen auf der Erde: Wie lange braucht eine Erbe bis sie reif ist?
4. Schoko mal, Schokolade: Wie hoch wird eine Schokoladentafel?

Branche/
Kunde
Handel
Alter 6+

Upcycling-Ideen

Wir zeigen Euch tolle Deko-Ideen für Eure nächste Geburtstagsfeier

MUSIKVERSTÄRKER
Riesige Musikboxen, die mit einem USB-Stick verbunden werden können, sind eine tolle Idee für die Geburtstagsfeier. Sie können an eine Partybox angeschlossen werden und liefern eine tolle Klangqualität.

DIY-KARTONLAMPEN
Aus alten Kartons können tolle Lampen gemacht werden. Die Kinder können die Lampen mit buntem Papier und Glitter dekorieren. Sie können auch kleine Kerzen in die Lampen stecken.

EXPLODIERENDE BONBONS
Zucker und Brausepulver (gut vermischen und in einer kleinen Pfanne (am besten eine beschichtete) langsam erhitzen. Dabei ständig, aber langsam rühren. Wenn die Masse etwas zu geräuschen ist vom Herd nehmen und abkühlen lassen. Anschließend in kleine Stücke zerbröckeln. Im Mund explodieren sie dann beim Lutschen.
Tipp: Überreich Deine Freunde damit. Biete ihnen die Bonbons an, sag aber nichts von der Wirkung. Du kannst Du Gesichter sehen.
Die Anleitungen findet ihr hier: www.geduld.de/rewe

Chipsröhre (z. B. Pringles) Smartphone Klebeband Brausepulver (z. B. Ahoi) Zucker Eierkarton Lichterkette

#KEEP ON PLAYING

Das brauchst du dafür

REWE
DEIN MARKT

Unsere Familien-Marken haben ihren Fokus auf Kinderbeschäftigungs-Themen für jedes Kindesalter



In unserem **UMFELD-FINDER** finden Sie alle Umfelder zum Thema „**Kinderbeschäftigung**“ auf **einen Blick**. Mediaagenturen können sich bei G+J e|MS für die Nutzung des Planungs-Tools UMFELD-FINDER anmelden. Der UMFELD-FINDER bietet über eine **Suchfunktion** einen automatisierten Überblick über relevante redaktionelle Themenumfelder der von der Ad Alliance **vermarkteten Printtitel und Sites** und ermöglicht die **Reservierung** der gewünschten **Platzierungen** in einem **Print-Umfeld** bzw. einem **Content-Special**.

Machen Sie sich selbst auf den Weg – hier geht's zum link
[https://www.umfeldfinder.de/#/anonymous/GUJ/?free_text\[\]=kinderbesch%C3%A4ftigung](https://www.umfeldfinder.de/#/anonymous/GUJ/?free_text[]=kinderbesch%C3%A4ftigung)

#keeponplaying xDigital
Content Special



#keeponplaying



Content Special „Langeweile ade!“

Thema Kinderbeschäftigung in Zeiten von Corona auf ELTERN.de

Im Content Special werden Inhalte von der ELTERN Redaktion mit Inhalten des Kunden kombiniert.

Der Kunde profitiert von der journalistischen Relevanz und kann zusätzlich eigene Inhalte veröffentlichen. Ein starkes User-Interesse am gemeinsamen Thema sorgt für eine hohe View-Garantie und ein starkes User-Involvement.

Themenvielfalt für individuelle Inszenierung

„Mixed Content“-Produkte bieten eine breite Themenvielfalt – vom Familienumzug bis hin zum richtigen Umgang mit dem Taschengeld.

Umsetzung aus einer Hand für weniger Aufwand beim Kunden

Der Kunde profitiert von der Expertise der Content Creation Units der Ad Alliance, die durch ihre Nähe zu den Redaktionen die Tonalität der gebuchten Marke genau treffen.



Content Special auch auf anderen Familiensites buchbar

Content Special „Langeweile ade!“ auf ELTERN.de



[Hier Produktvideo ansehen](#)

Der Kunde kann sich aus den folgenden Inhalten **bis zu vier Themen*** aussuchen, aus denen ein Content Special gebaut wird.**

1. **Dann spiel mal schön!** Schöne Beschäftigungsideen für das erste Lebensjahr.
2. **Spaß für Toddler:** Erkundungsspiele für neugierige Kleinkinder!
3. **Einmal austoben bitte!** Spiele mit Auspower-Garantie. Plus: Spiele mit Wasser, Erde und Steine
4. **Ob Corona oder schlechtes Wetter – heute spielen wir drinnen!**

Die Einbindung der Kundeninhalte erfolgt im **Layout und in der Tonalität** von ELTERN.de. Die Umsetzung des Content Specials erfolgt **xDigital**.

Die Kundeninhalte werden von den **Content Experten** der Ad Alliance erstellt und vor dem Start mit dem Kunden abgestimmt.***



*Content Special auch mit 1-2 Themen möglich, das Budget und die Viewgarantien werden dementsprechend angepasst

**der redaktionelle Content ist unantastbar

***Wir behalten uns vor, im Sinne einer ganzheitlichen Kampagnen-Optimierung Inhalte und Teaser während der Kampagne anzupassen.



Unser Angebot für Sie

Produkt & Leistungen im Detail

4 redaktionelle Inhalte*
redaktionelle Promotion

4 Kundeninhalte integriert ins Special
festplatziertes Werbemittel
(z.B. Wallpaper+MCA 2:1)
Native Teaser Bundle + Kundenlogo**

Übersichtsseite mit allen Inhalten
Presentership („präsentiert von“ + Logo)
Navigationspunkt/Navigations-Teaser
Kampagnenbetreuung und Reporting

Vorlaufzeit & Laufzeit

Vorlaufzeit:
30 Werktage mit Full Service

Laufzeit:
ab 4 Wochen

Leistungserbringer

Erstellung durch Redaktion
nach Ermessen der Redaktion

Erstellung durch Creation-Unit
der Ad Alliance

Erstellung durch Vermarkter

Medialeistung

180.000 Views*** für
das Content Special

ab 1.700.000 AI***
Native Teaser Bundle in RoS



AE-Netto Einzelpreise

AE-Netto Mediakosten 32.300 €

AE-Netto Kreationskosten**** 10.300 €

AE-Netto Summe 42.600 €

*Themenfreigabe durch Redaktion erforderlich; Umsetzung einer Content-Integration des Kunden, optional mit integrierter Verlinkung auf dessen Website. Zur Auswahl stehen die Content-Typen: Artikel, Bild, Bildergalerie (max. 10 Bilder) und Video. Andere Content-Typen wie Gewinnspiele und Anmeldemasken auf Rückfrage und gegen Aufpreis. **Anlieferung durch den Kunden. ***Leistungen werden individuell für Sie berechnet. Zur Erreichung der View-Garantie behalten wir uns den Einsatz von externen Traffic Drivern vor. **** Das Content Special wird im Rahmen unserer Full Service Leistung umgesetzt. Kreationskosten sind nicht rabatt- und AE-fähig. ***** Budget und Viewgarantie werden dementsprechend angepasst

#keeponplaying Social Social Storytelling



Eine Matschküche haben
wir auch schon gebaut.
das beschäftigt erst

Authentische Zielgruppenansprache und Produktinszenierung über die Social Kanäle unserer starken Marken

Unsere Marken sind nicht nur starke Player im Digital- und Printbereich; auch auf den Social Kanälen haben sie **beeindruckende Reichweiten** und erfolgreich **etablierte Formate** vorzuweisen!

Kunden können diese Stärke gezielt nutzen – für ein stimmiges redaktionelles Social Storytelling zu ihren Produkten über unsere Social Kanäle.

Bestandteile des Social Storytellings*

Das Herzstück.

Eine Live-Inszenierung des Kundenprodukts via Insta Story

Das Drumherum.

Die Ankündigung und Nachberichterstattung zur Live-Inszenierung via Facebook- und Instagram-Posts

Das Highlight.

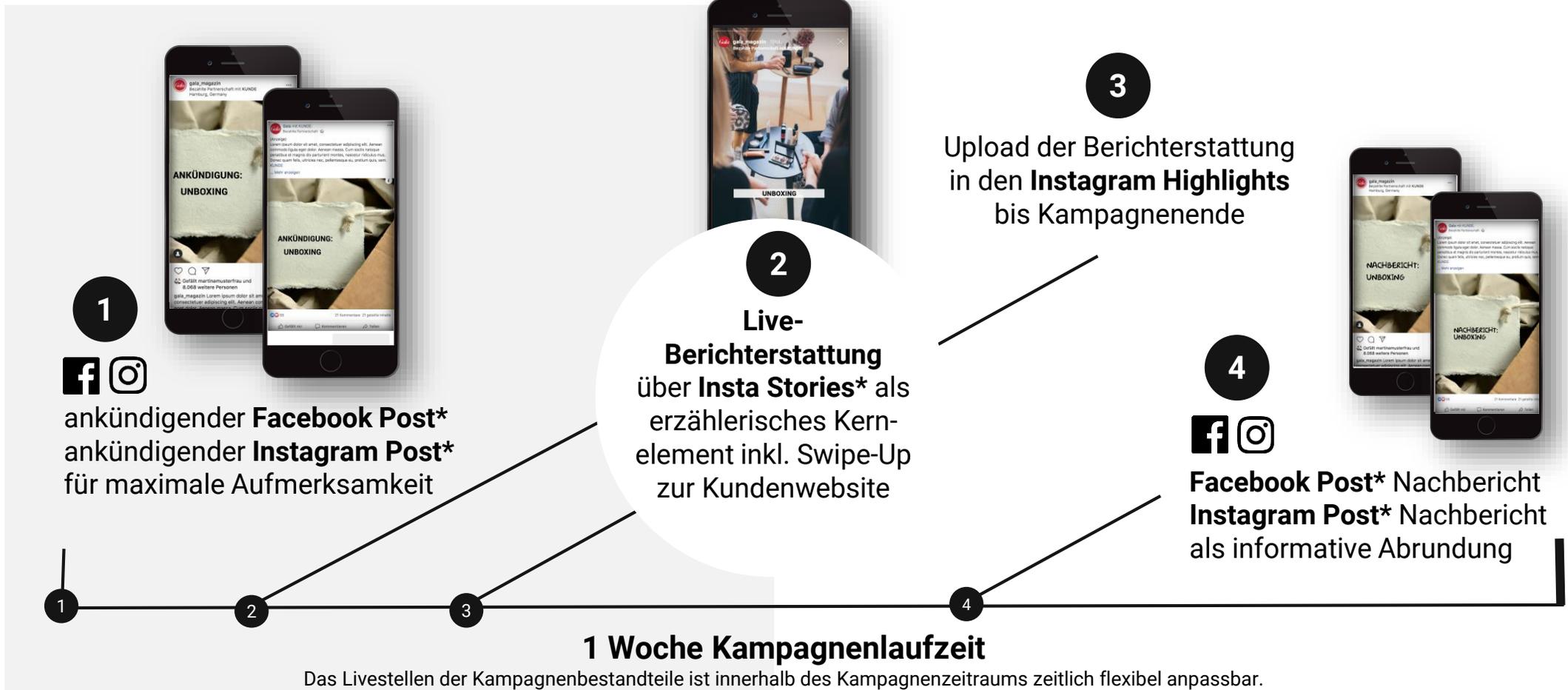
Einbindung der Insta Story in den Highlights über den Kampagnenzeitraum



Preise auf den Familiensites auf Anfrage

*Umsetzung entsprechend eines abgestimmten Briefings durch die Redaktion. Die redaktionelle Freiheit bleibt unantastbar.

Ankündigung, Live-Inszenierung, Nachbericht: So könnte eine Social Storytelling-Kampagne aussehen



*Umsetzung entsprechend des abgestimmten Briefings durch die Redaktion. Die redaktionelle Freiheit bleibt unantastbar.



Unser Angebot für Sie am Beispiel ELTERN.de

Preise auf den Familiensites auf Anfrage

Produkt & Leistungen im Detail

- Erstellung Instagram Story* (24 h verfügbar; Swipe-Up zur Kunden-Website möglich) über min. 3 Sequenzen mit Product Placement
- Einbindung des Beitrags in den Highlights
- Ankündigung über Facebook und Instagram Post
- Nachbericht über Facebook und Instagram Post

Leistungs-Erbringer

Erstellung durch Redaktion

Vorlaufzeit & Laufzeit

Vorlaufzeit:

15 Werktage

Kundenprodukt/Material muss der Redaktion vor Kampagnenstart vorliegen

Laufzeit:

1 Woche

Leistungen

  Social Reach*** gesamt:
250.000 bis 600.000

AE-Netto Einzelpreise

AE-Netto Mediakosten ab 10.200 €

AE-Netto Kurationskosten**** 0 €

AE-Netto Summe ab 10.200 €

*Umsetzung erfolgt entsprechend des abgestimmten Briefings – die redaktionelle Freiheit bleibt unantastbar **weitere Marken auf Anfrage möglich

Entspricht nicht der Kennzahl "Erreichte Personen" *Für das Social Storytelling fallen keine Kurationskosten an, sofern die definierten Materialien vom Kunden angeliefert werden.

#keeponplaying TV
Von der Daytime bis in
die Family Prime Time



Kinder und Eltern unterhalten



Toggolino für Vorschulkinder – bei SUPER RTL

Die Sendungen sind absolut kindgerecht erzählt und nah am kindlichen Alltag. Eltern gucken häufig mit, so dass die harmonisch eingebettete Werbung hier gemeinsam angeschaut wird.

TOGGO für Schulkinder – bei SUPER RTL

Formate, die Spaß machen– egal ob Animation in der Daytime oder Wissensformate am Vorabend. Von Eltern geschätzt, von Kids geliebt.

Primetime für die ganze Familie

Am Abend erweitert sich das geeignete Senderangebot der Ad Alliance neben SUPER RTL um RTL und VOX und bietet Unterhaltung für Groß und Klein.

Neben dem linearen Angebot finden sich alle Inhalte auch bei TVNOW.



Die TV-Sender der Ad Alliance decken ein breites Zielgruppenspektrum ab



Vorschulkinder



Schulkinder



Familien



Vorschulkinder: PAW PATROL, Peppa Pig, DIE OKTONAUTEN

Schulkinder: super TOY CLUB, WOZZLE GOOZLE, Spirit (DREAMWORKS), Sally Bollywood, ANGelo!, TOM und JERRY

Familien: Deutschland sucht den SuperStar, Sing meinen Song DAS TAUSCHKONZERT, LEGO MASTERS, NINJA WARRIOR GERMANY, DAS SUPER TALENT, SUPER FAMILY Film



TV-Programmssponsoring und mehr

Optional

TV Programmssponsoring

- + Ein Opener zu Beginn, ein Reminder nach jeder Werbeinsel und ein Closer am Ende des Formats weisen auf Ihr Presenting hin.
- + Zusätzlicher Benefit zur Präsenz und Markenerinnerung ist der positive Image-transfer, der durch zahlreiche [Studien](#) belegt wird.

Trailersponsoring

- + Bei Programmankündigungen ist Ihre Marke dabei – auch schon vor dem Start der Sendung!
- + Die zusätzliche Einbindung in die Promotion der gesponserten Sendung erhöht Frequenz und Reichweite Ihrer Markenbotschaft.

Programm

Sendungs-
Trailer

Trailersponsoring
Ca. 5"

Programm

#keeponplaying
Podcast
Hörabenteuer erleben!



GEOlino Spezial - Der Wissenspodcast für junge Entdeckerinnen und Entdecker



producer-read

»GEOlino«, das Magazin für junge Leser, gibt's jetzt auch als Podcast. Moderatorin Ivy Haase spricht mit Angstforscherinnen, Fake-News-Entlarvern und Fridays for Future-Aktivistinnen. Warum ist Angst eine gute Sache? Warum gab es Falschmeldungen schon im alten Rom? Dazu gibt's jede Menge Basteltipps, Spiele und Experimente mit aufs Ohr.

KEYFACTS

Erscheinungsweise:	wöchentlich, Mittwoch
Ø Dauer:	10 Minuten
Host:	Yvi Haase
Zielgruppe:	Kinder 3 - 13, Erwachsene junge Leser, mithörende Eltern, Entdecker, Abenteurer, Wissenshungrige, Tier- und Naturliebhaber, Gesellschafts-, Geschichts-, Naturwissenschafts-, Sportinteressierte

Family-Podcasts: Markenportfolio



PODCAST

Kids &
Family



20.000*
Jeder 2. Dienstag
ZG: E 20 - 49



11.000*
Jeden Donnerstag
ZG: E 20 - 49



2.000*
Jeden 2. Mittwoch
ZG: E 20 - 49



5.700*
Jeden Mittwoch
ZG: Kinder 3 - 13



13.000*
Jeden Mittwoch
ZG: E 14 - 49



10.000*
Jeden tbd.
ZG: F 20 - 39



30.000*
Jeden 2. tbd
ZG: F 20 - 49



Individuelle Werbemöglichkeiten

NATIVE PRODUKTE

In den Erzählfluss des Podcasts integrierte Einsprechungen für maximale Aufmerksamkeit



Placement

Zeit und Raum für eine individuelle Ausgestaltung der Werbebotschaft

Storytelling

Erzählen einer echten Werbe-Geschichte innerhalb einer Folge

Sponsoring

Enge Bindung als Unterstützer/Presenter an einen Podcast

Ausgestaltung



Host-read

Durch vertraute Stimme des Hosts direkter Bestandteil des Podcasts sein



Producer-read

Durch einen neutralen Sprecher skalierbar und effektiv im Podcast werben



FULL SERVICE
UMSETZUNG



Spezielle Sonderwerbformen

BRANDED PRODUKTE

Sonderwerbformen für eine individuelle Inszenierung



Branded Episode

Episode mit inhaltlichem Bezug

Mini-Episode

Rezension eines externen Podcasts

Corporate Podcast

Individuell konzipierter Firmenpodcast

Ausgestaltung



Host-read

Durch vertraute Stimme des Hosts direkter Bestandteil des Podcasts sein



FULL SERVICE
UMSETZUNG



Kontakt in den Regionen

Region Nord

Telefon +49 (0) 40 28 66 86 - 449
Verkaufsbuero.Hamburg@ad-alliance.de

HAMBURG

Region West

Telefon +49 (0) 211 90 16 8 - 0
Verkaufsbuero.Duesseldorf@ad-alliance.de

DÜSSELDORF

Region Mitte

Telefon +49 (0) 69 21 93 38 - 0
Verkaufsbuero.Frankfurt@ad-alliance.de

FRANKFURT

Region Süd

Telefon +49 (0) 89 38 01 53 - 0
Verkaufsbuero.Muenchen@ad-alliance.de

MÜNCHEN

Schweiz

Telefon +41 (0) 44 26 97 0 - 70
ims.schweiz@guj.de

ZÜRICH

WIEN

24 weitere Verkaufsbüros und
Provisionsvertreter im Ausland

International Media Sales

Telefon +49 (0) 40 37 03 - 29 40
ims@guj.de

Österreich

Telefon +43 (1) 512 56 47 - 0
ims.oesterreich@guj.de

Wichtige Hinweise



Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

Nutzungsrechte

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH. Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor, die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.



Die Ad Alliance GmbH handelt im eigenen Namen und auf Rechnung des jeweiligen Vermarkters
IP Deutschland GmbH | Gruner + Jahr GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH | spotX GmbH und/oder
SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH
als Dienstleister und im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter:
www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.