

SILVER SOCIETY xMedia Packages

Best Ager 50-69 Jahre im Fokus



Köln, Mai 2022



01

Was macht die SILVER SOCIETY besonders?

Interessen, Mediennutzung und Werbeakzeptanz

02

Wie erreichen wir die SILVER SOCIETY?

Auswahl an Werbeformen, Targetingprodukten und Umfeldern

03

SILVER SOCIETY xMedia Packages

Crossmediale Pakete für eine optimale Zielgruppenansprache

Agenda



Was macht die **SILVER SOCIETY** besonders?

Interessen, Mediennutzung
und Werbeakzeptanz

01





Megatrend: SILVER SOCIETY

Die **Alterung der Weltbevölkerung** ist einer der zentralen Megatrends unserer Gegenwart - gleichzeitig bleiben die **Menschen länger gesund**.



„In Europa sind 2030 mehr als die Hälfte der Menschen über 50. Sie können dann mit einer weiteren Lebenserwartung von rund 40 Jahren rechnen.“



„Alt ist man heute mit 77 Jahren, wenn es nach der Meinung der Deutschen geht.“

„Silver Society beschreibt die **Auswirkungen dieses Wandels, die Herausforderungen aber auch Chancen für eine neue soziokulturelle Vitalität.**“



Zielgruppe: **BEST AGER**

Wer zur SILVER SOCIETY gehört, ist ein sogenannter Best Ager, der kein Interesse am passiven Rentendasein hat und die Lebensphase des Alters mit viel **Neugier, Tatendrang, Selbstentfaltung** sowie der sprichwörtlichen **Verwirklichung von Lebensträumen** verbringt.

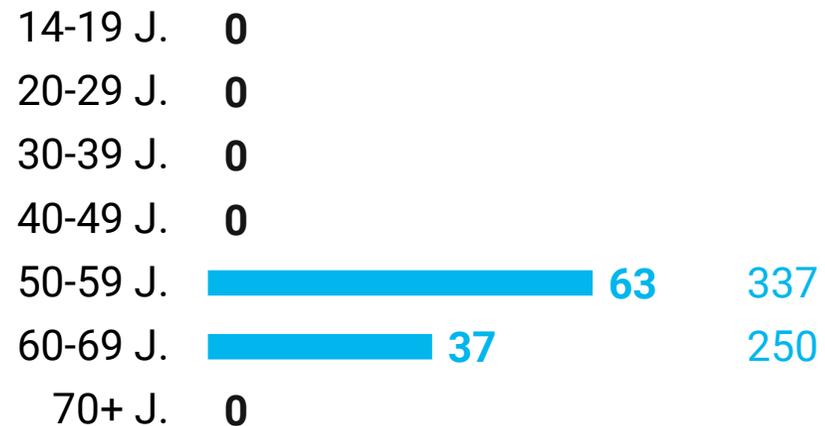


Soziodemographie: BEST AGER sind zwischen 50-69 Jahre alt, besitzen ein hohes HHNE, sind tendenziell weiblich und überdurchschnittlich gebildet

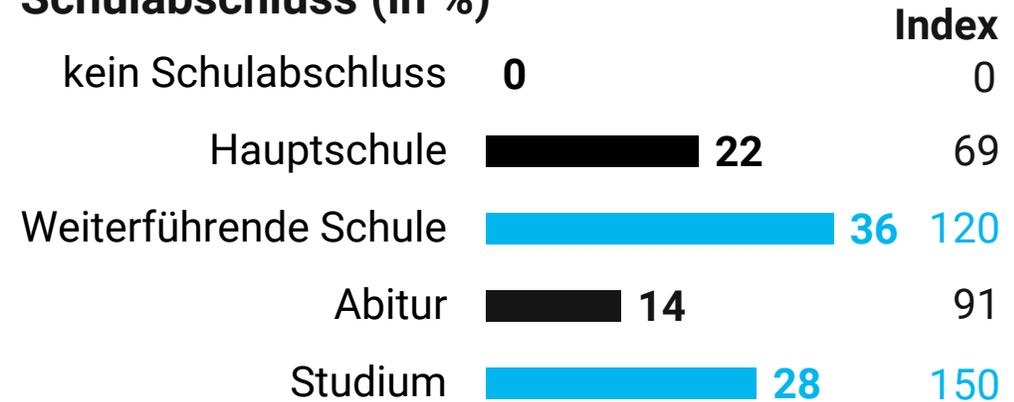
Geschlecht (in %)



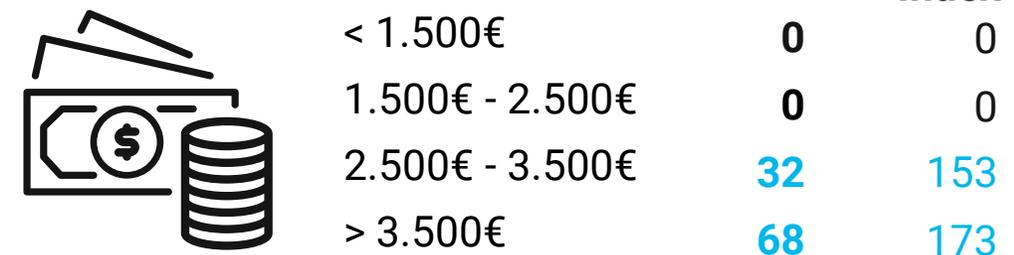
Alter (in %)



Schulabschluss (in %)



Haushalts-Nettoeinkommen (in %)





Interessen: Die Philosophie der BEST AGER kombiniert das Bedürfnis sich selbst und der übrigen Welt etwas Gutes zu tun



PRO-AGING

Aktivität, Gelassenheit & Lebensfreude

AFTER-WORK-LIFE-BALANCE

Körperliche & geistige Fitness



SUSTOLDABILITY

Umweltbewusstsein

MINDFULNESS

Gesundheit = Lebensqualität

LIFELONG LEARNING

Wunsch nach Weiterentwicklung

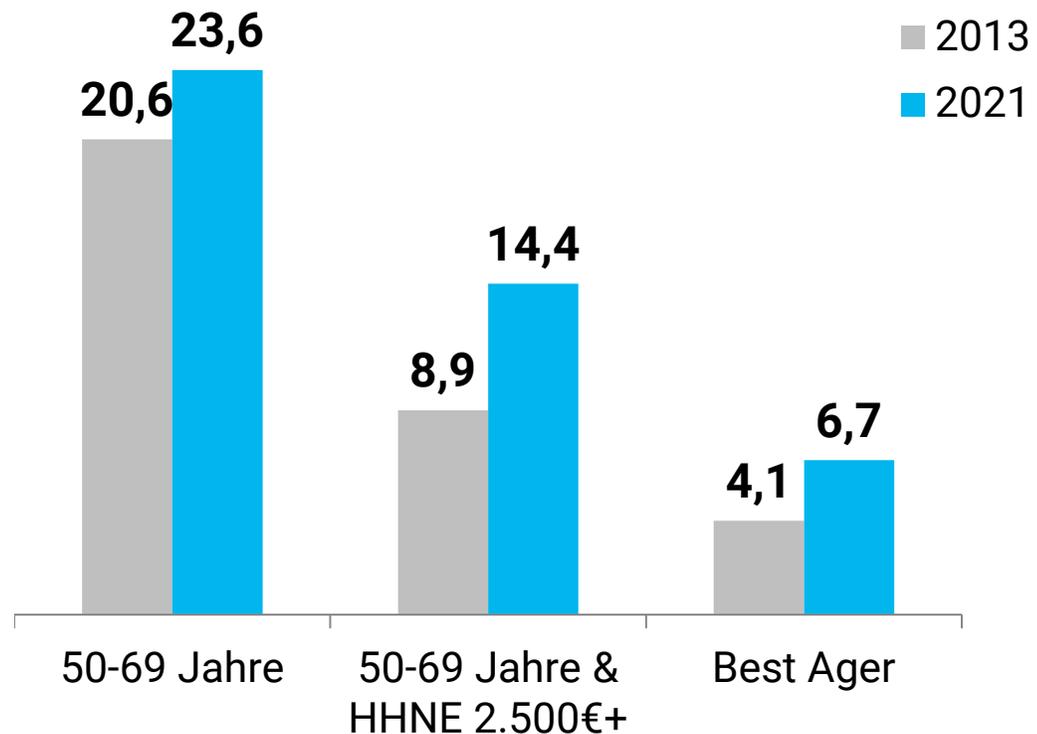
GOLDEN MENTOR

Weitergeben von Wissen



Die BEST AGER-Zielgruppe ist in den letzten Jahren deutlich gewachsen

Reichweite in Gesamtbevölkerung in %



+64%

Zuwachs Best Ager-Zielgruppe



BEST AGER sind als Zielgruppe besonders interessant für Unternehmen bzw. Marken, da sie...

73% (Index: 117)

... **Markenprodukte** mit Qualitätsprodukten gleichsetzen

64% (Index: 106)

... überaus **experimentierfreudig mit Neuprodukten** sind

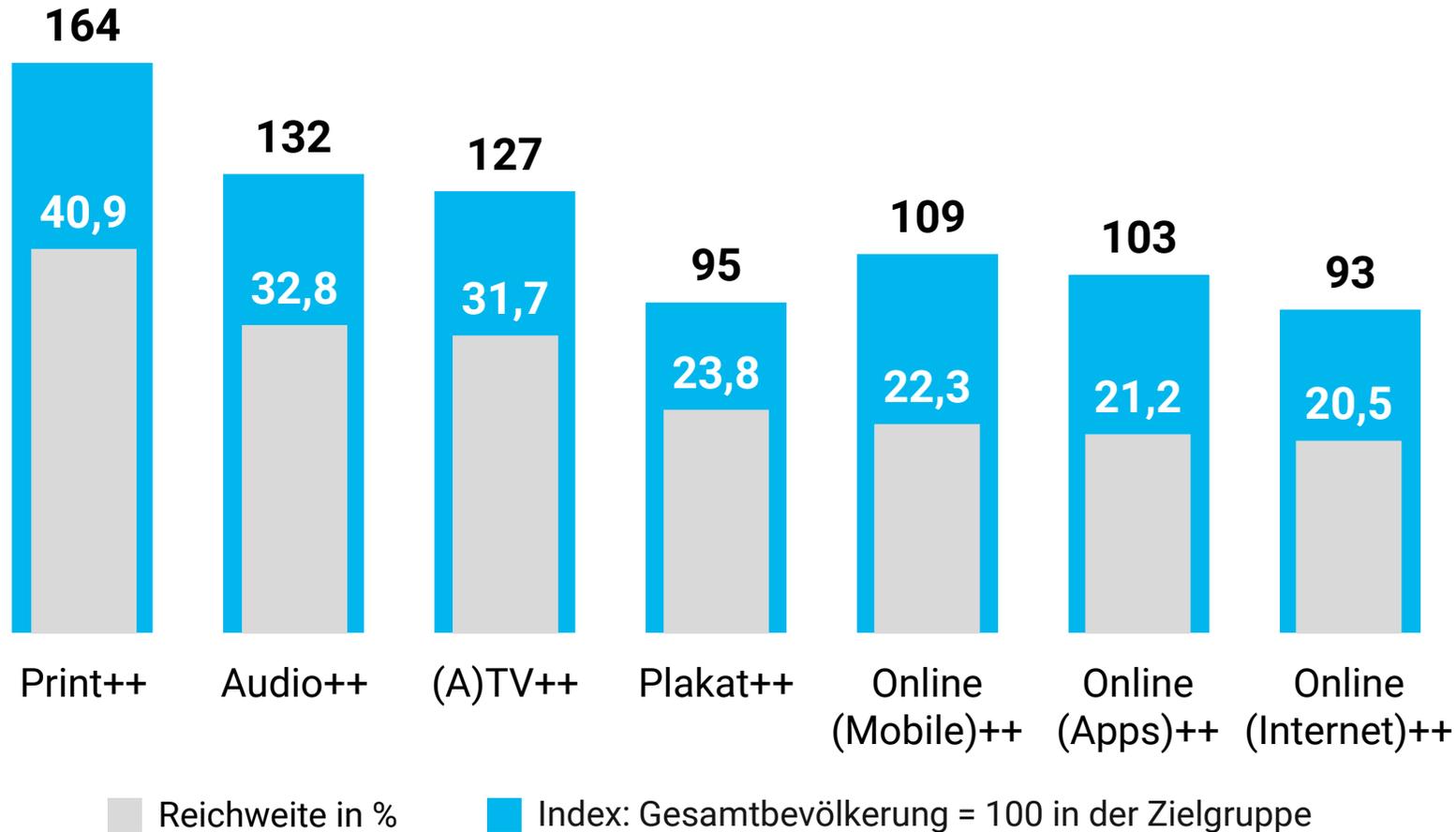
63% (Index: 107)

... **Werbung** für überdurchschnittlich **hilfreich** halten





Mediennutzung: BEST AGER finden sich häufig unter den Intensivnutzern von Zeitschriften/ Zeitungen, sowie von Audio- und TV-Angeboten



INSIGHTS



Wunsch nach vertrauenswürdigen Informationsquellen



Bedarf an Informationstiefe



Hohe Relevanz von Nachhaltigkeits- und Gesundheitsthemen



Starkes Interesse an Newsumfeldern

Exkurs: Kommunikation mit der SILVER SOCIETY Auf die Inhalte kommt es an!

DOS



Positiver Blick aufs Alter

Widerspiegeln des
Lebensgefühls der
Zielgruppe



Authentizität

Lebensbejahende,
glaubwürdige und
natürliche Testimonials

DON'TS



Gratwanderung

Einen ‚auf jung machen‘
kommt gar nicht an - zu alt
(und zu faltig) sollte aber
ebenfalls vermieden werden



Reizthemen

z.B. „älterer Mann mit
jüngerer Frau“



Wie erreichen wir die **SILVER SOCIETY?**

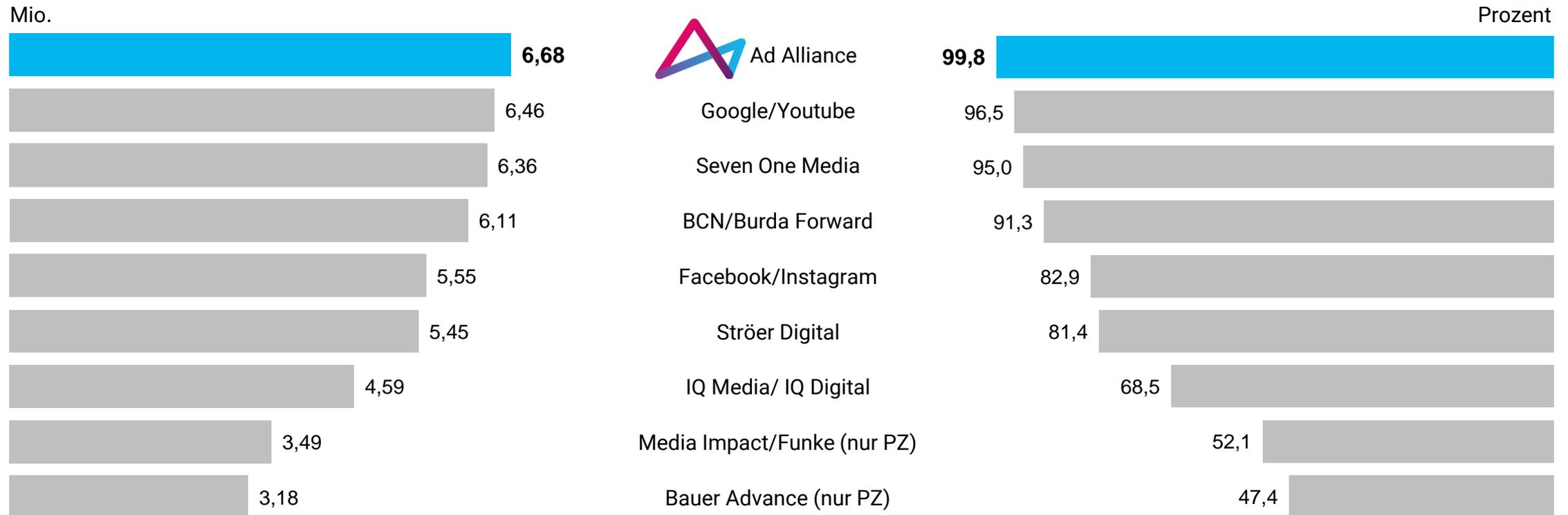
Auswahl an Werbeformen,
Targetingprodukten und
Umfeldern

02



Die Ad Alliance erreicht mehr BEST AGER als jeder andere Vermarkter

Monatliche Netto-Reichweite crossmedial (TV/ PZ/ Digital)



Quelle: b4p 2021 II, Zielgruppe: Best Ager (6,7 Mio.), Medien: Maximalbelegung Monat / TV – SpT – Seher pro Tag / Publikumszeitschriften – PZ: LpA – Leser pro Ausgabe / Digital (Desktop/Mobile (MEW,App): Unique User



Vielfältige Belegungsmöglichkeiten zur Erreichung der SILVER SOCIETY in allen Gattungen



Print - Ad Special

Reichweitenstarke Präsenz im passgenauen Umfeld

POLE POSITION-TEASER + 1/1 SEITE

1/3 S. im Inhaltsverzeichnis

Titelanzeige



FACTS & FIGURES

Portfolio

Reichweitenstarke Titelselektion aus dem AdA Portfolio

Werbeformat

Pole Position-Teaser** inkl. Verweis auf 1/1 S. im Heft

Reichweite*

mind. 2,81 Mio. Kontakte

Kosten*

Media: 569.705 € Brutto
Kreation: 3.200 € AE-Netto

Titelselektion



* Kosten- und Leistungskalkulation auf Basis reichweitenstarker Titelselektion b4p 2021 II, Zielgruppe BEST AGER, je Titel 1 Frequenz, Format: 1/3 Seite Teaser im Inhaltsverzeichnis oder Titelanzeige + 1/1 Seite, Kreationskosten 800 € je Titel für Pole Position-Teaser, nicht rabatt- und AE-fähig ** Pole-Position Teaser: 1/3 Seite im Inhaltsverzeichnis (Der Spiegel, stern, Brigitte) oder Titelanzeige (rtv, tvtv Magazin in BILD)



Print - Native

Vertrauen aufbauen & Kompetenz vermitteln im Look & Feel des Magazins

HEALTH FACT



PRODUKTORIAL

Dasselbe in grün



FACTS & FIGURES

Portfolio

Affine Titelselektion aus dem AdA Portfolio inkl. Platzierung in Rubrik Gesundheit oder Nachhaltigkeit

Werbeformat*

Native Advertorial
z.B. Health Fact
z.B. Produktorial: Dasselbe in grün

Reichweite**

mind. 1,92 Mio. Kontakte

Kosten**

Media: 177.700 € Brutto
Kreation: 8.500 € AE-Netto

Titelselektion

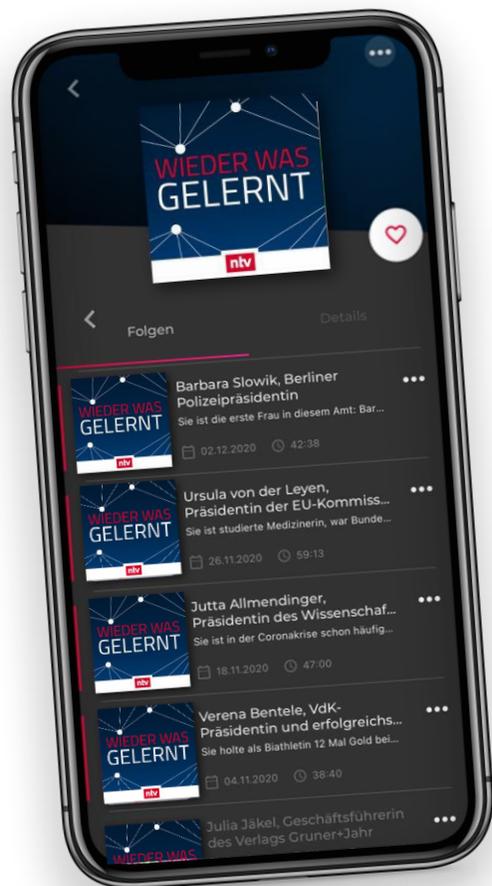


* Freigabe der Chefredaktion nötig

** Kosten- und Leistungskalkulation auf Basis affiner Titelselektion b4p 2021 II, Zielgruppe BEST AGER zzgl. Land & Leute, Brigitte Wir (nicht in b4p zählbar), je Titel 1 Frequenz, Format 1/1 Seite, Kreationskosten 2.900 € für 1. Anzeige, 1.400 € für Adaptionen, nicht rabatt- und AE-fähig

Audio - Podcast

Gezielte Platzierung in einem relevanten Podcast



PODCAST NATIVE PLACEMENT

Zeit und Raum für eine individuelle Ausgestaltung der Werbebotschaft



FACTS & FIGURES

Portfolio

Rotation (Run of Podcast):
„Dr. Anne Fleck“ oder „NTV Wieder was gelernt“

Werbeformat

Native Placement (Producer-Read)
Pre-Roll 30“

Reichweite pro Monat*

ca. 100.000 Downloads/ Plays

Kosten pro Monat**

Media: 11.050 € AE-Netto
Produktion: 500 € AE-Netto

* Audio Alliance: gem. IAB Measurement Guidelines pro Format auf 30 Tagen

** Produktionskosten nicht rabatt- und AE-fähig, MBV 7.500 € N/- pro Format, Laufzeit: ab 4 Wochen

TV - Ad Special

Exklusive Platzierung der Werbebotschaft im relevanten Content



3"-5" KLIMA UPDATE OPENING

60" KLIMA UPDATE

20" KLIMAREMINDER

Spot mit Rahmen, der einen redaktionell recherchierten Klimafakt enthält

FACTS & FIGURES

Portfolio

RTL – Klima Update
im Anschluss an das RTL Aktuell Wetter

Werbeformat

Klimareminder, max. 20"

Reichweite pro Monat*

ca. 4,96 Mio. Kontakte

Kosten pro Monat**

ab 138.080 € Brutto

Beispielhafte Visualisierung. Finale Integration erfolgt nach individueller Abstimmung.

* AGF, Referenz Juli 2021, E 50-69 Jahre

** Kosten beziehen sich auf 4 Ausstrahlungen im Juli 2022, jeweils Donnerstags. Finale Kosten abhängig von gewünschtem Zeitraum. Bei Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen des Werbeumfelds werden die Preise angepasst.

TV - Sponsoring

Positiver Imagetransfer durch Sponsoring-Platzierung in der Rubrik „Besser Leben“



FACTS & FIGURES

Portfolio

RTL – Punkt 12
Rubrik: Besser Leben

Werbeformat

Sponsoring
Opener, Reminder & Closer, 7"

Reichweite pro Monat*

ca. 5,6 Mio. Kontakte

Kosten pro Monat**

ab 75.558 € Brutto

* AGF, Referenz Juli 2021, E 50-69 Jahre

** Kosten beziehen sich auf 21 Ausstrahlungen im Juli 2022, jeweils Mo-Fr, ca. 13:30 Uhr. Finale Kosten abhängig von gewünschtem Zeitraum. Bei Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen des Werbeumfelds werden die Preise angepasst.

ATV - Display

Maximale Branding-Fläche im TV-Programmumfeld



Senderbeispiele



FACTS & FIGURES

Portfolio

ATV Advanced
inkl. Targeting Smart Group „Best Ager“

Werbeformat

Switch In Zoom, 10“

Reichweite pro Monat*

ca. 3,8 Mio. Ad Impressions

Kosten**

80 € TKP Brutto

* Zielgruppe: Smart Group „Best Ager“, Brutto-TKP 60 € zzgl. 20 € Targeting-Aufschlag

Digital - In-Page

Mobile-Format mit höchster Aufmerksamkeit



MOBILE PREMIUM RECTANGLE

Top Viewability-Werte durch
Platzierung des Ads im
redaktionellen Content und eine
opulente Werbemittel-Größe.

FACTS & FIGURES

Portfolio

In-Page (RoN) - Mobile
inkl. Targeting Smart Group „Best Ager“

Werbeformat

Mobile Premium Rectangle

Reichweite pro Monat*

ca. 45 Mio. Ad Impressions

Kosten*

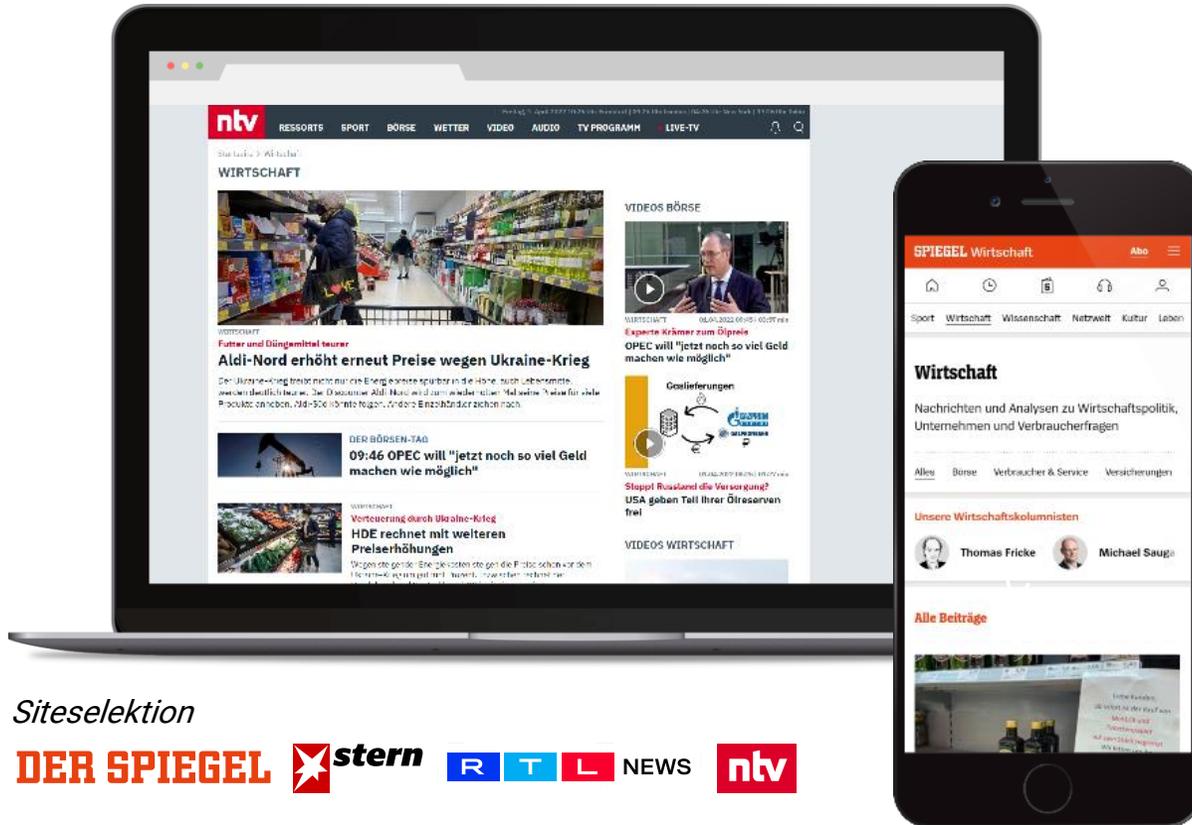
65 € TKP Brutto

* Zielgruppe: Smart Group „Best Ager“, Brutto-TKP 50 € zzgl. 15 € Targeting-Aufschlag



Digital - In-Page

Awareness und attraktive Reichweiten durch Festplatzierung in News-Umfeldern



FACTS & FIGURES

Portfolio

In-Page (RoS) – Desktop, Tablet, Apps & Mobile
Rubrik: Wirtschaft & Geld

Werbeformat

Freie Werbeform-Auswahl: Sticky Sitebar, Billboard, Wallpaper, MCA 1:1, Mobile Medium Rectangle oder MCA 2:1

Reichweite pro Tag*

ca. 1,63 Mio. Ad Impressions

Kosten pro Tag**

26.879 € AE-Netto

*Quelle: daily digital facts, 16 Jahre und älter, Ø Tag (November 2021), Medienkombi aus Rubrik Wirtschaft STERN, SPIEGEL, NTV, Rubrik Geld RTL News, ** Kosten nicht weiter rabatt- oder AE-fähig

Digital - Native

Kundeninhalte auf Augenhöhe im Look & Feel der Ad Alliance Markenwelt



NATIVE TEASER

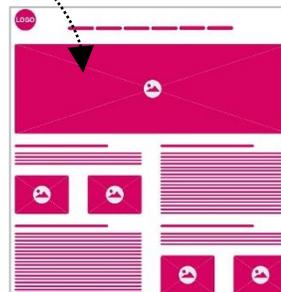
Kunden-Teaser in Run of Site der teilnehmenden Marken verlinken mit dem Native Advertorial in der entsprechenden Marke

RoC Best Ager:



NATIVE ADVERTORIAL

Vielfältige Content Pieces wie Artikel, Bildergalerien, Videos, Grafiken etc. möglich



KUNDEN-WEBSITE

Einheitliche Verlinkungen sind im Text der Native Advertorials platziert

FACTS & FIGURES

Portfolio

Native-Channel (RoC): Best Ager

Werbeformat

Client Content: Native Advertorial inkl. Native Teaser-Bundle

Reichweite pro Monat*

ab 8.000 Views
ab 6 Mio. Ad Impressions

Kosten pro Monat**

Media: ab 16.150 € AE-Netto
Produktion: 2.100 € AE-Netto

Beispielhafte Visualisierung

* sehr begrenzte Verfügbarkeiten, Umsetzbarkeit muss individuell geprüft werden

** Produktionskosten nicht rabatt- und AE-fähig



SILVER SOCIETY xMedia Packages

Crossmediale Pakete für eine
optimale Zielgruppenansprache

03





xMedia Packages: SILVER SOCIETY

Durch eine **passgenaue Medien-, Werbeform-, Umfeld- oder Targetingauswahl für die BEST AGER** profitieren Sie von **maximaler, crossmedialer Reichweite und starker Content-nähe** und steigern so die Aufmerksamkeit bzw. das Involvement in der Zielgruppe.

Der Mix aus **aufmerksamkeitsstarken & nativen Werbebotschaften** schafft Awareness, erhöht das Vertrauen in die Marke und sorgt für eine gesteigerte Emotionalisierung und Kaufbereitschaft in der Zielgruppe.

WIRKUNGSBOOSTER

- Zielgerichtete Platzierung der Werbebotschaft
- Crossmediale Ansprache der BEST AGER mit 2 Paket-Optionen:

Attention-Package

Engagement-Package





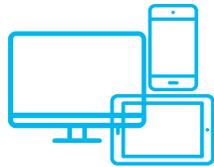
SILVER SOCIETY Attention-Package



PRINT - POLE POSITION-TEASER + 1/1 SEITE

Titel: SPIEGEL, stern

Laufzeit: 1 Woche
Reichweite: mind. 1,54 Mio. Kontakte
Budget: 272.500 € Brutto



DIGITAL - MOBILE PREMIUM RECTANGLE

Umfeld: In-Page RoN
Targeting: Smart Group „Best Ager“

Laufzeit: 4 Wochen
Reichweite: ca. 1 Mio. Ad Impressions
Budget: 65.000 € Brutto

DIGITAL - FESTPLATZIERUNG

Umfeld: In-Page RoS
spiegel.de, stern.de, n-tv.de, rtl.de/news

Laufzeit: 1 Tag
Reichweite: ca. 1,63 Mio. Ad Impressions
Budget: 26.879 € AE-Netto



TV - SPONSORING

Umfeld: RTL - Punkt 12
Rubrik: Besser Leben

Laufzeit: 4 Wochen (Beispiel: Juli 2022)
Reichweite: ca. 5,6 Mio. Kontakte
Budget: ab 75.558 € Brutto



ATV - SWITCH IN ZOOM

Umfeld: ATV Advanced
Targeting: Smart Group „Best Ager“

Laufzeit: 4 Wochen
Reichweite: ca. 2 Mio. Ad Impressions
Budget: 160.000 € Brutto

ATTENTION-PACKAGE

ca. 11,77 Mio. Brutto-Kontakte

599.937 € Brutto*

* Buchungsvolumen skalierbar, Preis für Digital - Festplatzierung nicht weiter rabattfähig, vorbehaltlich Verfügbarkeiten



SILVER SOCIETY Engagement-Package

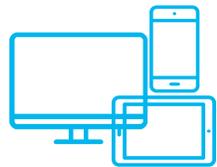


PRINT - NATIVE ADVERTORIAL

FULL SERVICE

Titel: Land & Leute, GEO, Landlust, Brigitte Wir
Hirschhausens Gesund Leben

Laufzeit: 4 Wochen – 2 Monate
Reichweite: mind. 2,56 Mio. Kontakte
Budget: 186.200 € Brutto



DIGITAL - NATIVE ADVERTORIAL

FULL SERVICE

Umfeld: Native-Channel (RoC): Best Ager
Client Content

Laufzeit: 4 Wochen
Reichweite: ab 8.000 Views
ab 6,0 Mio. Ad Impressions
Budget: ab 18.250 € AE-Netto



TV - KLIMAREMINDER

Umfeld: RTL – Klima Update
im Anschluss an das RTL Aktuell Wetter

Laufzeit: 4 Wochen (Beispiel: Juli 2022)
Reichweite: ca. 4,96 Mio. Kontakte
Budget: ab 138.080 € Brutto



AUDIO - NATIVE PLACEMENT

FULL SERVICE

Umfeld: Rotation (RoP): Dr. Anne Fleck“
oder „NTV Wieder was gelernt“

Laufzeit: 4 Wochen
Reichweite: ca. 100.000 Ad Impressions
Budget: 11.550 € AE-Netto

ENGAGEMENT-PACKAGE

ca. 12,97 Mio. Brutto-Kontakte

354.080 € Brutto*

* Buchungsvolumen skalierbar, Preise für Digital - Native Advertorial & Audio - Native Placement nicht weiter rabattfähig, vorbehaltlich Verfügbarkeiten



Smarte **Format-Verknüpfungen** der
Gattungen schaffen noch mehr **WIRKUNG**
in der **SILVER SOCIETY!**

Print x ATV x In-Stream

L-Package BEST AGER: Kombination der Gattungen über ein identisches Werbeformat



Titelselektion
Brigitte
Woman **rtv+**
essen & trinken **GEO**
SCHÖNER WOHNEN

FACTS & FIGURES

Portfolio

Print: Affine Titel-Selektion aus dem AdA Portfolio
 ATV + Digital: xMedia Advanced
 inkl. Smart Group Targeting BEST AGER

Werbeformat

Print: 1/3 S. hoch + 2x 1/3 S. über Bund
 ATV + Digital: xMedia Frame, 10"

Reichweite pro Monat*

ca. 5,6 Mio. Kontakte

Kosten inkl. Produktion**

Media: 428.500 € Brutto
 Produktion: 5.025 € AE-Netto

* L-Anzeige: Reichweitendarstellung auf Basis affiner Titelselektion b4p 2021 II, Zielgruppe BEST AGER (Pot: 6,7 Mio.), je Titel 1 Frequenz, xMedia Frame: max. 3 Mio. Ad Impressions

** Buchungsvolumen skalierbar, vorbehaltlich Verfügbarkeiten, empfohlen wird eine Mindestbelegung von 2 Printtiteln, xMedia Frame mit Mindestbuchungsvolumen 20.000€ n/- bei nationalen Kampagnen, Produktionskosten nicht rabatt- und AE-fähig

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.

© Ad Alliance GmbH | 2021



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.