



# Packen wir's an!

Die Nachhaltigkeitswoche bei RTL | 2024 | Wasser & Artenvielfalt





Packen  
wir's an

Die Nachhaltigkeitswoche bei RTL

Bertelsmann Content Alliance

# Nachhaltigkeitswoche Wasser & Artenvielfalt 16. – 20.09.2024

Im September 2024 geht die jährliche „Packen wir's an“-Themenwoche in die **sechste Runde**. Das Medienhaus konzentriert sich crossmedial auf allen Plattformen und in den entsprechenden Angeboten auf den Themenbereich „**Wasser & Artenvielfalt**“.

Wie steht es um die Artenvielfalt in Deutschland? Was können wir tun, um die Arten und ihre Lebensräume zu schützen? Das sind nur zwei Fragestellungen, die unsere Redaktionen im TV, Online, in den Print-Titeln oder im Radio im Rahmen unserer Nachhaltigkeitswoche beleuchten werden.

# Wasser & Artenvielfalt

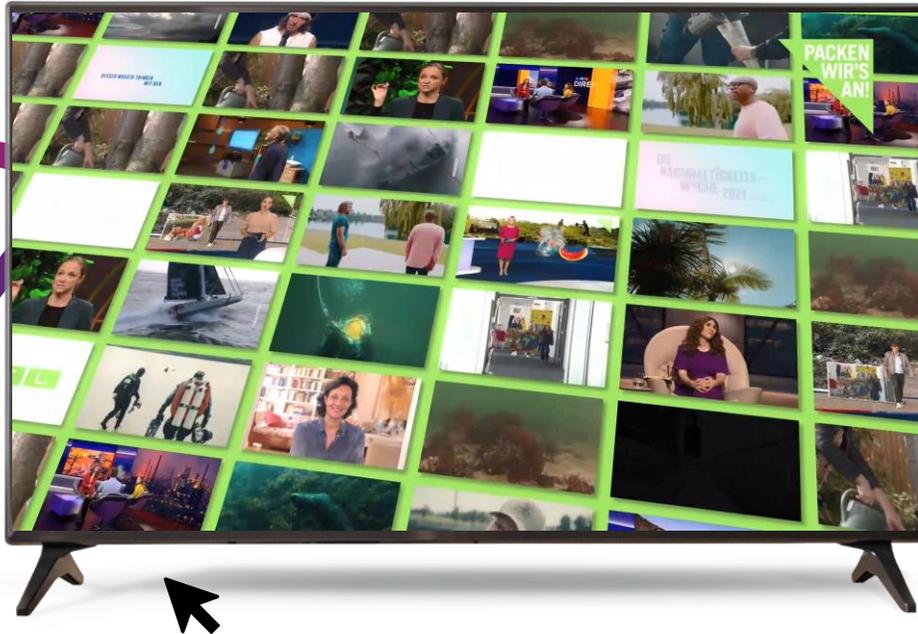
## 16. – 20.09.2024

Nachhaltigkeit betrifft alle Lebensbereiche. Ob man zur Refill-Flasche greift, mit dem Energiesparmodus spült, oder sogar das Eigenheim grün nachrüstet – jeder kleine Schritt in Richtung Nachhaltigkeit hilft.

In der Themenwoche „Wasser & Artenvielfalt“ enablen wir Zuschauer:innen an Nachhaltigkeit teilzuhaben, indem wir zeigen, wie kleine Änderungen einen globalen Impact haben können. Hier hilft uns die Breite unserer Markenlandschaft, die jeweils das Thema in ihrer eigenen Stimme und für ihre Zielgruppe aufarbeiten – und somit auch einen Fit für eine Breite an Branchen bieten!



## Unsere Themenwochen begeistern durch starke Bilder und journalistische Kompetenz.



**Per Klick abspielen!**  
Recap-Tracker zur Nachhaltigkeitswoche 2021: „Packen wir's an – Damit es auch morgen noch läuft.“



**Per Klick abspielen!**  
Imagetrailer zum Tag der Erde 2024

# Auch Forschungswerte bestätigen die Wirksamkeit unserer Themenwochen!

Die Nachhaltigkeitswoche 2023 erreichte einen Großteil der Bevölkerung, sensibilisierte für das Thema und motivierte das eigene Verhalten zu verändern.

## Wahrnehmung



\* Der Deutschen haben laut FORSA von der Nachhaltigkeitswoche etwas mitbekommen

## Motivation



\* wurden durch die Inhalte der Themenwoche motiviert nachhaltiger zu konsumieren.

## Glaubwürdigkeit



\* halten die gesehenen Inhalte der Nachhaltigkeitswoche für glaubwürdig.



\*\* der RTL Vielseher:innen\* haben etwas von der Nachhaltigkeitswoche mitbekommen.



\* werden einige der erlernten Tipps selbst in die Tat umsetzen.

# Unser langjähriges Engagement macht uns zum glaubwürdigen Partner an Ihrer Seite!



## Green Production in Print & TV

- Einführung verpflichtender Mindeststandards für klimafreundliches & ressourcenschonendes Produzieren
- Vermeidung von CO2 Emissionen
- Einsatz von verträglicheren Papieren, Farben, Lacken und Verpackungen
- Reduktion von Müll am Set durch wiederverwendbare Behälter und regionales Catering

## Green Content über das Jahr hinweg

- mit Green Content erreichen und sensibilisieren wir Deutschland.
- Zweimal wöchentlich unser Nachhaltigkeits-Kurzformat „Klima Update“ bei RTL
- Stetig wachsendes Team an Klima-Experten mit Dirk Steffens, Maik Meuser u.v.m.!
- Grüne Schwerpunkte in Print mit BRIGITTE Be Green, GALA Green Weeks, GEO, u.v.m.

## Punktuelle Highlights in der Berichterstattung mit der geballten „Packen wir's an“-Power der Bertelsmann Content Alliance

- Redaktioneller Thementag „Tag der Erde“ seit 2021
- Bertelsmann Content Alliance Nachhaltigkeitswochen seit 2019
- GEO Story Primetime Highlights seit 2023

# Umfelder Nachhaltigkeitswoche 2024

Unser Portfolio bietet breite und zielgruppenübergreifende Integrationsmöglichkeiten



# Packen wir's an

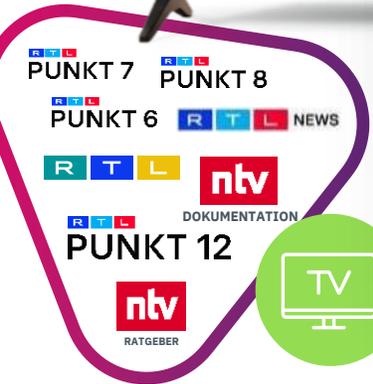
Die Nachhaltigkeitswoche bei RTL



[Contentfinder \(ad-alliance.de\)](https://ad-alliance.de/contentfinder)



Unsere Nachhaltigkeits-Expert:innen:  
Dirk Steffens, Maik Meuser, Clara Pfeffer, Christian Häckl, uvm.!



# So könnte Ihre Kampagne aussehen!

Inspirations-Paket: Reichweitensteigerung durch Smart Increments



**1. Einsatz von reichweitenstarken TV Sonderwerbeformen** mit starkem Nachhaltigkeitsbezug für maximalen Imagetransfer.

**2. Digitaler Content Hub** sorgt für mediales Grundrauschen über einen längeren Zeitraum und bietet die Möglichkeit, für inhaltlichen Deep Dive.

**3. Print und Podcast Umfelder** erhöhen **Netto-Reichweite** und sprechen dezidierte Interessensgruppen an.

**4. Mit Datentechnologie** ermitteln wir Haushalte, die noch keinen Kontakt mit der Kampagne hatten. Diese User:innen werden gezielt mit einem ATV Switch In o. Spot angesprochen – auf Desktop oder Mobile Devices mit einem Spot Bundle.

**Benefit:** Steigerung der Netto Reichweite durch gezielte Kontaktaussteuerung.

Beispielhafte Visualisierungen. Auszug der Inszenierungsmöglichkeiten im Kontext zu „Nachhaltigkeit“.

# So könnte Ihre Kampagne aussehen!



Inspirations-Paket: Effektive Wiederansprache mit Cross-Device Targeting



**1. Einsatz von aufmerksamkeitsstarken Sonderwerbeformen im TV** schafft Interesse für das präsentierte Produkt.

**2. Interaktive Ad Specials als Tagesfestplatzierung** schaffen Reichweite und Engagement. Verlinkung zu Kunden-Site(s) steigert Abverkaufschancen.

**3. Mit Cross-Device Targeting sprechen wir Haushalte an, die Kontakt mit ihren Sonderwerbeformen hatten.** Diese User:innen bekommen Ihre klassische Kommunikation ausgespielt mit möglicher Verlinkung auf Stores.  
**Benefit:** Wir schaffen wertvolle Zweitkontakte und vertiefen so das Wissen und Interesse rund um Ihr Produkt.

# AGENDA

## TV

Redaktionelle Inhalte

Co-Sponsoring

Ad Specials

Primetime Format

## PRINT

Redaktionelle Inhalte

Integrationsmöglichkeiten

## DIGITAL, AUDIO & SOCIAL

Redaktionelle Inhalte

Integrationsmöglichkeiten

## TV

### Geplante Inhalte (u.a.):

- **RTL | „Meer für uns alle!“:** in einer täglichen Rubrik bei P6 u. P12 wird gezeigt, dass das Meer uns im Alltag viel näher ist als man denken könnte. Über die Woche tauchen wir ein in die Themen Meer & Tiere, Gesundheit, Schönheit, Essen, und Zukunft.
- Fiktionale Einarbeitung des Themas Nachhaltigkeit als Storyline bei *Gute Zeiten, schlechte Zeiten*, *Alles was zählt*, und eine Woche vorab bei *Unter Uns*.
- **RTL | Die große GEO Story:** Dirk Steffens, GEO-Naturjournalist, geht in einer ca. 90-minütigen Doku der Frage nach „Wie können wir unsere Artenvielfalt erhalten?“. Die Antwort, die Dirk Steffens auf seiner Reise um die Welt findet, ist erstaunlich einfach - und könnte einen neuen Abschnitt in der Menschheitsgeschichte einläuten.
- **VOX | Animal Einstein:** Martin Rütter und Dirk Steffens bestaunen die wundersame Welt der Tiere in der neuen VOX Serie in der Pre-Prime.
- **VOX | Weekly Line-Up:** Verschiedene Formate bei VOX integrieren das Thema Nachhaltigkeit in ihre jeweilige Sendungsmechanik. Mit dabei ist u.a. eine vegane Woche bei *Das perfekte Dinner*.
- **NTV | Klima Update Spezial**
- Großflächige Berichterstattung in den **RTL News & Magazinen**.

Beispielhafte Visualisierungen. Vorbehaltliche Themenplanung.

„Meer für uns (AT)“:  
Wochenserie



„Packen wir's an“  
Imagetrailer



Die GEO Story mit  
Dirk Steffens



VOX Formate mit  
Themenbezug tbd.



## xMedia | Themen Co-Sponsoring Möglichkeiten

Verlängern Sie Ihr TV Sponsoring gezielt mit digitalen Maßnahmen!



Auch digital erweiterbar!

Trailer-Sponsoring

### Big Reach:

Als Themensponsor wird Ihre Marke per **5"Tag On** an den "Packen wir's an" Imagetrailer bei RTL und VOX angehängt. Digital verlängerbar mit einem Spot Bundle!

Beispielhafte Visualisierungen.



Content Sponsoring

### Home of Content:

Mit dem Content Sponsoring werden Inhalte zur Themenwoche gebündelt, die Sie **exklusiv sponsern**. Ergänzen Sie Ihre digitale Reichweite selektiv um Tagesfestplatzierungen für den besonderen Aufschlag!



ATV Sponsor Switch-In XXL

### Smart & Gezielt:

Verlängern Sie Ihr TV Themen-Sponsoring mit einem **ATV Switch-In XXL**. Während des Umschaltvorgangs wird Ihre Markenbotschaft mit Verweis auf die Nachhaltigkeitswoche ausgespielt.

## TV | Ad Specials

Verlängern Sie Ihr TV Sponsoring gezielt mit digitalen Maßnahmen!

Presenter Content-Wechsel Split



### Perfektes Partnering:

Auf Pre-Split Positionen wird mit einer **redaktionellen Botschaft** auf den Thementag hingewiesen – darauf **liegt Ihre Bauchbinde** und verbindet Ihre Marke direkt mit der Senderinitiative. Darauf folgt ihr Spot oder Ihre Tafel.

Beispielhafte Visualisierungen.

Werbetrenner-Move



### Visuelle Attention:

Mit einem **Werbetrenner-Move** werden Elemente Ihres Spots in das Bildmotiv des Themenwochen-Werbetrenners integriert. In einem **fließenden Übergang geht der „Packen wir's an“-Trenner in Ihren Spot**.

Nachhaltigkeitstipp

Movesplits

Factsplits



### Themen besetzen:

Verbinden Sie Ihre Marke durch einen **Nachhaltigkeitstipp**, oder einen **Move- oder Factsplit** mit unserer redaktionellen Aktionsklammer.

Vorschau per Klick aktivieren!

## TV | Format Specials

Verlängern Sie Ihr TV Sponsoring gezielt mit digitalen Maßnahmen!



### Deep Dive:

Bei „Punkt 6“ und „Punkt 12“ wird in der Wochenserie „Meer für uns alle!“ gezeigt, wie nah uns der Ozean im Alltag ist mit den Schwerpunkten Tiere, Gesundheit, Schönheit, Essen, & Zukunft.

Beispielhafte Visualisierungen.



### In nächster Nähe:

Mit dem neuen „Packen wir's an“ Co-Sponsoring wird Ihre Marke **Presenter aller Magazin-Beiträge** zur Woche der Woche der Vielfalt mit **7“ Opener- und Closer Spots**.



### Unterhaltungs-affin:

Publikumsliebbling „Das perfekte Dinner“ liefert eine Woche ganz besondere Unterhaltung mit einer veganen Spezial-Woche. Seien Sie dabei als **Co-Sponsor** oder mit **maßgeschneiderten Ad Specials!**

## TV | Primetime

„Die große GEO-Story – Warum jede Art zählt“

## RTL | Dokumentation



19.09.24 | 20:15 Uhr

Co-Sponsoring TV + Digital  
Trailersponsoring

xMedia Verlängerung

- Gerne auf Anfrage

Ob Rüsselkäfer, Titanwurz oder Nacktmull - Millionen Arten bevölkern die Erde, von denen wir die meisten gar nicht kennen. Trotzdem ist jede wichtig, wenn die Menschheit sich selbst vor dem Untergang retten will. **Aktuell sterben pro Tag schätzungsweise 150 Arten aus.** Wenn das so weitergeht, könnte auch Homo sapiens in nicht allzu ferner Zukunft auf der Roten Liste landen.

**Wie wir das verhindern können, erkundet Naturjournalist und GEO-Experte Dirk Steffens auf seinen Expeditionen** in das Kongobecken, die südafrikanische Savanne oder die Meere vor Mexiko. Wie schützen Waldelefanten und Wale unser Klima und was hat ein Schokoriegel mit der Tierwelt Indonesiens zu tun? Wie lässt sich das globale Artensterben stoppen und damit die Menschheit retten? **Die Antwort, die Dirk Steffens auf seiner Reise um die Welt findet, ist erstaunlich einfach - und könnte einen neuen Abschnitt in der Menschheitsgeschichte einläuten.**

# TV | Kosten

## Co-Sponsoring

Bestandteil	Leistung	Zeitraum 2024	Preise
<b>TV</b>			
„Packen wir's an“ Themen-Co-Sponsoring RTL & VOX	Sponsor Tag Ons à 5“ bei RTL & VOX im genannten Mediavolumen	09. – 20.09.2024	239.100 € brutto
Sponsoring „So konsumiert Deutschland nachhaltig (AT)“ Punkt 6“*	5x Opener, 5x Closer à 7“	16. – 20.09.2024	12.600 € brutto
Sponsoring „So konsumiert Deutschland nachhaltig (AT)“ Punkt 12“*	5x Opener, 5x Closer à 7“	16. – 20.09.2024	29.680 € brutto
Format-Sponsoring „Die große GEO Story“	1x Opener, 4x Reminder, 1x Closer à 7“	19.09.2024	105.756 € brutto
Trailer-Sponsoring „Die große GEO Story“	Sponsor Tag Ons à 5“ bei RTL im genannten Mediavolumen	12. – 19.09.24	51.246 € brutto
<b>DIGITAL</b>			
In-Stream Co-Sponsoring	Spotbundle 30“ Multiscreen Sponsoring RON (2.000.000 AIs)	September 2024	80.000 € brutto
ATV Switch-In XXL	10“ Switch-In XXL auf Sendern von RTL Deutschland mit LOHAS-Targeting ca. 700.000 AIs	09. – 20.09.2024	52.500 € Brutto zzgl. Kreationskosten
	10“ Switch-In XXL mit Retargeting auf den Imagetrailer ca. 2.000.000 AIs	09. – 20.09.2024	120.000 € Brutto zzgl. Kreationskosten

\*Beispielhafte Kalkulation, genaue Sendestunde steht noch nicht fest.

Alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. zzgl. Produktionskosten und Lizenzgebühren. Sollten Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen des Werbeumfelds vorgenommen werden, so werden die Preise angepasst.

Die Buchung einer der in diesem Angebot dargestellten Sonderwerbformen löst keine Branchenexklusivität aus. Die Belegung einer anderen Sonderwerbform durch einen Partner derselben Branche ist möglich.

Die genaue Trailer-Planung obliegt den Sendern. Die Sender behalten sich vor, weitere Trailer ohne Sponsorenanhänge auszustrahlen. Die Programmtrailer-Produktion obliegt inhaltlich und redaktionell RTL Television.

AI-Zahlen stellen Prognosewerte dar, keine Garantie. Entstehende Produktions- und Lizenzkosten werden separat in Rechnung gestellt und sind nicht Bestandteil bestehender Vereinbarungen (Basisbuchungen, Max3-Buchungen). Sämtliche Kosten wie Produktionskosten etc. werden durch den Kunden getragen.

# TV | Kosten

## Ad Specials

Bestandteil	Leistung	Zeitraum 2023	Preise
<b>TV</b>			
Presenter-Content-Wechsel Split + Spot	<b>VOX   5 x 15" Presenter-Splits*</b> (Mindestbuchung von 5 Platzierungen, nach oben frei skalierbar. Frei zusammenstellbar mit Tafel- und Spotvarianten.) Bsph. CSI Miami x2, Full House – Familie XXL, Zwischen Tüll u. Tränen, Die Höhle der Löwen.	Individuelle Platzierungen mit „Packen wir's an“ Logo verfügbar von: 09. – 20.09.2024	76.536 € Brutto zzgl. Kreativekosten
Presenter-Content-Wechsel Split + Spot	<b>RTL   5 x 15" Presenter-Splits*</b> (Mindestbuchung von 5 Platzierungen, nach oben frei skalierbar. Frei zusammenstellbar mit Tafel- und Spotvarianten.) Bsph. P6, GZSZ WH, P12, Explosiv, RTL Aktuell.		84.798 € Brutto zzgl. Kreativekosten
News Countdown RTL Aktuell	5 x 25" News Countdown bei RTL Aktuell. Beispielhaftes Platzierungspaket, Platzierungs-Anzahl frei skalierbar.	16. – 20.09.2024	309.750 € Brutto zzgl. Kreativekosten
„Kurz vor 12“ Countdown Punkt 12	5 x 25" Singlesplit vor Punkt 12. Beispielhaftes Platzierungspaket, Platzierungs-Anzahl frei skalierbar.	16. – 20.09.2024	76.255 € Brutto zzgl. Kreativekosten
Factsplit / Movesplit*	<b>RTL   5x 30" Pre-Split</b> RTL „P6, GZSZ WH, P12, Explosiv, RTL Aktuell“ Beispielhafte Platzierungspakete, alternative Umfelder und Preise gern auf Anfrage	Individuelle Platzierungen mit „Packen wir's an“ Logo verfügbar von: 09. – 20.09.2024	141.330 € Brutto zzgl. Kreativekosten
	<b>VOX   5 x 30" Pre-Split</b> VOX „CSI Miami x2, Full House – Familie XXL, Zwischen Tüll u. Tränen, Die Höhle der Löwen“ Beispielhafte Platzierungspakete, alternative Umfelder und Preise gern auf Anfrage		127.560 € Brutto zzgl. Kreativekosten

Alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. zzgl. Produktionskosten und Lizenzgebühren. Sollten Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen des Werbeumfelds vorgenommen werden, so werden die Preise angepasst.

Die Buchung einer der in diesem Angebot dargestellten Sonderwerbformen löst keine Branchenexklusivität aus. Die Belegung einer anderen Sonderwerbform durch einen Partner derselben Branche ist möglich.

\*Preis aufgrund einer beispielhaften Planung. Eine Buchung kann nur auf Grundlage von einer Verfügbarkeitsliste erfolgen, wodurch sich der Preis je nach Wunschfeldern deutlich ändern kann.

Stand: 29.04.2024

# TV | Kosten

## Ad Specials

Bestandteil	Leistung	Zeitraum 2024	Preise
<b>TV</b>			
Werbetrenner-Move*	<b>VOX</b>   4 x 33" Erstplatzierung in der klassischen Insel (3"Werbetrenner** + 30" Spot) bei „CSI Miami, Full House – Familie XXL, Zwischen Tüll u. Tränen, Die Höhle der Löwen“ Beispielhafte Platzierungspakete, alternative Umfelder und Preise gern auf Anfrage	Individuelle Platzierungen mit „Packen wir's an“ Logo verfügbar von: 09. – 20.09.2024	124.080 € Brutto zzgl. Kreativekosten
	<b>RTL</b>   5 x 33" Erstplatzierung in der klassischen Insel (3"Werbetrenner** + 30" Spot) bei „P6, GZSZ WH, P12, Explosiv“ Beispielhafte Platzierungspakete, alternative Umfelder und Preise gern auf Anfrage		73.623 € Brutto zzgl. Kreativekosten
Nachhaltigkeitstipp*	<b>VOX</b>   5 x 45" Content Wechsel Split (3" Intro + 27" redaktioneller Content + 15" Spot) Pre-Split bei „CSI Miami x2, Full House – Familie XXL, Zwischen Tüll u. Tränen, Die Höhle der Löwen“ Beispielhafte Platzierungspakete, alternative Umfelder und Preise gern auf Anfrage	Individuelle Platzierungen mit „Packen wir's an“ Logo verfügbar von: 09. – 20.09.2024	180.090 € Brutto zzgl. Kreativekosten
	<b>RTL</b>   5 x 45" Content Wechsel Split (3" Intro + 27" redaktioneller Content + 20") Pre-Split bei „P6, GZSZ WH, P12, Explosiv, RTL Aktuell“ Beispielhafte Platzierungspakete, alternative Umfelder und Preise gern auf Anfrage		199.890 € Brutto zzgl. Kreativekosten

Alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. zzgl. Produktionskosten und Lizenzgebühren. Sollten Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen des Werbeumfelds vorgenommen werden, so werden die Preise angepasst.

Die Buchung einer der in diesem Angebot dargestellten Sonderwerbeformen löst keine Branchenexklusivität aus. Die Belegung einer anderen Sonderwerbeform durch einen Partner derselben Branche ist möglich.

\*Preis aufgrund einer beispielhaften Planung. Eine Buchung kann nur auf Grundlage von einer Verfügbarkeitsliste erfolgen, wodurch sich der Preis je nach Wunschumfeldern deutlich ändern kann.

\*\*3" Werbetrenner werden nicht mit kalkuliert.

Stand: 29.04.2024

## Print

### Unsere redaktionellen Inhalte:

- Unsere starken Print-Marken wie GALA, Brigitte, GEO, und STERN setzen schon lange Zeichen in der Klimaberichterstattung. Partnern Sie mit einer oder mehrerer Marken und profitieren Sie von der langjährigen Erfahrung der crossmedialen Inszenierung.
- **GALA Green Issue:** Ausgabe mit großflächigem Nachhaltigkeitsschwerpunkt
- **BRIGITTE Green Issue:** Ausgabe mit großflächigem Nachhaltigkeitsschwerpunkt
- **COUCH** Ausgabe #10: Schwerpunktbeiträge zu Green und Eco-friendly Themen (evtl. Ersetzen durch E&T wegen EVT und Thema Wasser?)?
- **GEO** Ausgabe #10: Titelthema „Artenschutz“ parallel zum GEO der GEO Story mit Dirk Steffens
- **Außerdem:** redaktionelle Beiträge zur Nachhaltigkeitswoche in vielen weiteren Marken

Hier geht's zum [Content-Finder](#)

Beispielhafte Visualisierungen. Vorbehaltliche Themenplanung.



Nachhaltigkeits-Ausgabe  
**GALA Green Issue**

Vergangene Umsetzungen:  
GEO, STERN, CAPITAL, BRIGITTE



# Print | Native

Unsere Klassiker: Kommunikation nach Maß!

## Tutorial



## Expertorial



## Productorial



Alle Advertorial Konzepte digital erweiterbar!

### Beauty Tutorial ...

Die Ressort-Leiter:innen (Beauty / Mode) geben ihren persönlichen „Influencer“-Tipp, wie man Nachhaltigkeit in die eigene Routine integriert.

### 5 Fragen an ...

Aus Fragen und Antworten entsteht ein lebendiges Interview, das Ihr Produkt oder Ihre grüne Kampagne detailliert vorstellt.

### Dasselbe in Grün

Ihre Marke zeigt eine nachhaltige Perspektive auf, indem Sie Highlights und Werdegang Ihres grünen Produkts mit den Leser:innen teilen.

# Print | Native

Deep Dive: ideal für Produkte oder Sachverhalte mit Erklärungsbedarf



Wissen to Go

Über **3-5 gesponserte Teaser**, die im jeweiligen Heft gestreut sind, werden die Leser:innen mit spannenden **Fakten** auf ein aktuelles Klima-Thema aufmerksam gemacht.

Weiter hinten im Heft dann die „Auflösung“: Ein **doppelseitiges Advertorial**, in dem das übergreifende Thema aufgegriffen wird und das eigene Produkt an die Thematik anknüpfen lässt.



Mein Start in die Nachhaltigkeit

Selbst-Test Advertorial

**Auch digital erweiterbar!**



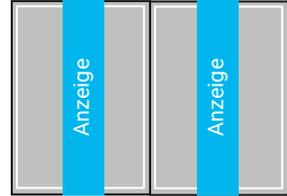
**Typengenaue Werbeausspielung:** Über einen Nachhaltigkeits-Typen-Test als Einstieg schicken wir die Leser:innen im gleichen Heft – **ohne Medienbruch** – auf die für sie am besten passende Anzeige.

# Print | Ad Specials

Attention: Ihre Anzeige zieht alle Augen auf sich durch außergewöhnliche Gestaltung!

Flexform

Durch die Platzierung eines innovativen Anzeigenformats - maßgeschneidert und vollkommen nativ in die Seiten eingeflochten - wird Ihre Marke bzw. Ihr Produkt aufmerksamkeitsstark präsentiert.



Nachhaltigkeitstipp

Sonderformate

Aufmerksamkeit garantiert!

Mit einem Sonderformat im gezielten Nachhaltigkeits-Umfeld, fangen Sie alle Blicke.

**Nächster Halt: Freiheit**

Egal, ob am oder auf dem Wasser – Hamburg lädt zum Entspannen ein. Aber auch, wenn eher nach bunten Stadtteilen ist, wolle unbedingt mal in der Hansestadt vorbeischauen.

**Hamburg - zwischen Ruhe und Reeperbahn**

**WIE DER NACHSTENHALT**  
Hamburg ist eine Stadt, die zwischen Wasser und Land liegt. Die Hansestadt ist ein Ort, an dem man sich entspannen kann, aber auch viel erleben kann. Die Reeperbahn ist ein Ort, an dem man sich unterhalten kann, aber auch viel erleben kann.

**HAMBURG MIT DER BAHN ENTDECKEN**

- Klimatechnik und Innengeräte
- Parkhaus, Hotel & Co. im ICE Park
- Genuss auf jeder Strecke in der Bundesrepublik
- Preisgestaltung und Umsatzsteuern

Mehr Urlaubsgelüste entdecken unter: [bahn.de/entdeckdeutschland](http://bahn.de/entdeckdeutschland)

**Nachhaltigkeit geht von klein bis groß!**

Das Wichtigste ist, dass man anfängt. Mehr als das kleine Ding, vor dem Großes...

**1. Wechsel zu LED-Birnen**

LED-Birnen sparen bis zu 80% Energie und haben eine Lebensdauer von bis zu 100.000 Stunden.

**2. Nutze Strom außerhalb der Peak-Stunden, um Netze zu entlasten**

Die Nutzung von Smart Metern ermöglicht es, den Stromverbrauch zu steuern und so die Lasten zu verschieben.

**3. Steig um ins E-Auto!**

Die Anschaffungskosten sinken, die Betriebskosten sind sehr niedrig und die Umweltbelastung ist gering.

**FIRST MOVER**

THE CAR BRAND

# xMedia | E-Sampling

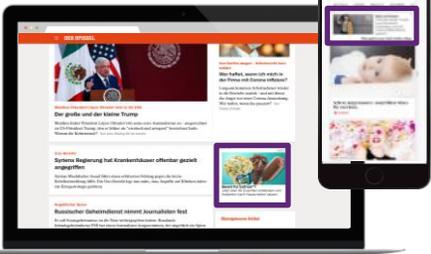
## E-Sampling

Aufrufanzeige bspw. in der GALA oder auf GALA.DE



Printanzeige

Promotion Ad



Ad Bundle



Anmeldemaske bspw. auf GALA.DE



Handling und Versand über die Ad Alliance



Perfekt für Conversion

Durch Produktkontakt Ihre Zielgruppe begeistern!

Sampling-Aktionen ermöglichen es, Ihre Marke über für große Gruppen erlebbar zu machen. Aber ist das überhaupt mit dem modernen Nachhaltigkeitsverständnis zu vereinbaren?

Wir machen es möglich, indem wir für **Sie interessierte User:innen ermitteln, die sich selbst für eine Probe anmelden.**

Ihre Vorteile: **keine Streuverluste, Markenaktivierung, und geringer Management-Aufwand!**

## Print | Kosten

Bestandteil	Leistung	Zeitraum 2024	Preise
Advertorial	1/1-Seite Tutorial / Expertorial / Productorial	September 2024	Mindestformat 1/1-Seite: je nach Marke am Beispiel GALA: 30.300 € brutto zzgl. 25% Co-Branding-Aufschlag auf den Bruttoanzeigenpreis zzgl. Kreativekosten für 1/1 Seite: 2.900 €**
Wissen-to-go Advertorial	Wissen-to-go Advertorial	September 2024	Doppelseite: je nach Marke, am Beispiel STERN: 152.600 € brutto + 20.000 € pro Teaser Kreation* Doppelseite: 3.500 € + pro Teaser: 400 €
Selbst-Test Advertorial	3x 1/1 Advertorial-Anzeige	September 2024	3x 1/1 Advertorial-Anzeige in dem jeweiligen Werbeträger zum Preis von 2 Seiten* zzgl. Kreativekosten**
Nachhaltigkeits-Tipp	Sonderformat bestehend aus 2 x 1/3 Anzeige	September 2024	individuelles Angebot auf Anfrage.
Flexform Advertorial	1/1-Seite Advertorial mit Sonderform	September 2024	1/1-Seite am Beispiel BRIGITTE: € 64.300 (rabatt- / AE-fähig), zzgl. Kreativekosten

\*Das Angebot ist rabattbildend, aber nicht weiter rabattnehmend für bestehende Jahresvereinbarungen. Weitere Rabatte finden keine Anwendung. Preise AE-Netto, zzgl. MwSt.

\*\*Kreativekosten sind nicht Rabatt- und AE-fähig

Alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. zzgl. Produktionskosten und Lizenzgebühren. Sollten Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen des Werbeumfelds vorgenommen werden, so werden die Preise angepasst.

Die Buchung einer der in diesem Angebot dargestellten Sonderwerbeformen löst keine Branchenexklusivität aus. Die Belegung einer anderen Sonderwerbeform durch einen Partner derselben Branche ist möglich.

Stand: Stand: 29.04.2024

## xMedia | Kosten

Beispielkalkulation für GALA: alles auf einen Blick!



Werbemittel	1.000 Samples	Wirkungsbooster
Print: 1/3 Seite in GALA inkl. Co-Branding	23.250€ brutto	Booster: Edi-Platzierung (+15%)
Kreation Print*	1.900€ n/n	
Digital: Promotion Ad (Ausgehend von einer Conversion-Rate von ca. 5%)**	30.600€ n/n (20.000 Klicks - Performance-Flight)	
Kreation Digital Promotion Ad*	400€ n/n	
Samples	4.600€ n/n (Fullservice***)	Booster: Samplebox mit Co-Branding (+25%)
<b>PAKETPREIS</b>	<b>59.625€</b>	
Zusätzlich Edi-Platzierung in GALA buchbar	2.655€ brutto (zzgl. 15%)	

\*Kreations- und Fullservice-Kosten sind nicht AE-fähig

\*\*Conversion-Rate ist nur eine Annahme

\*\*\*Fullservice inkl. Verpackung - exkl. Druck- und Portokosten

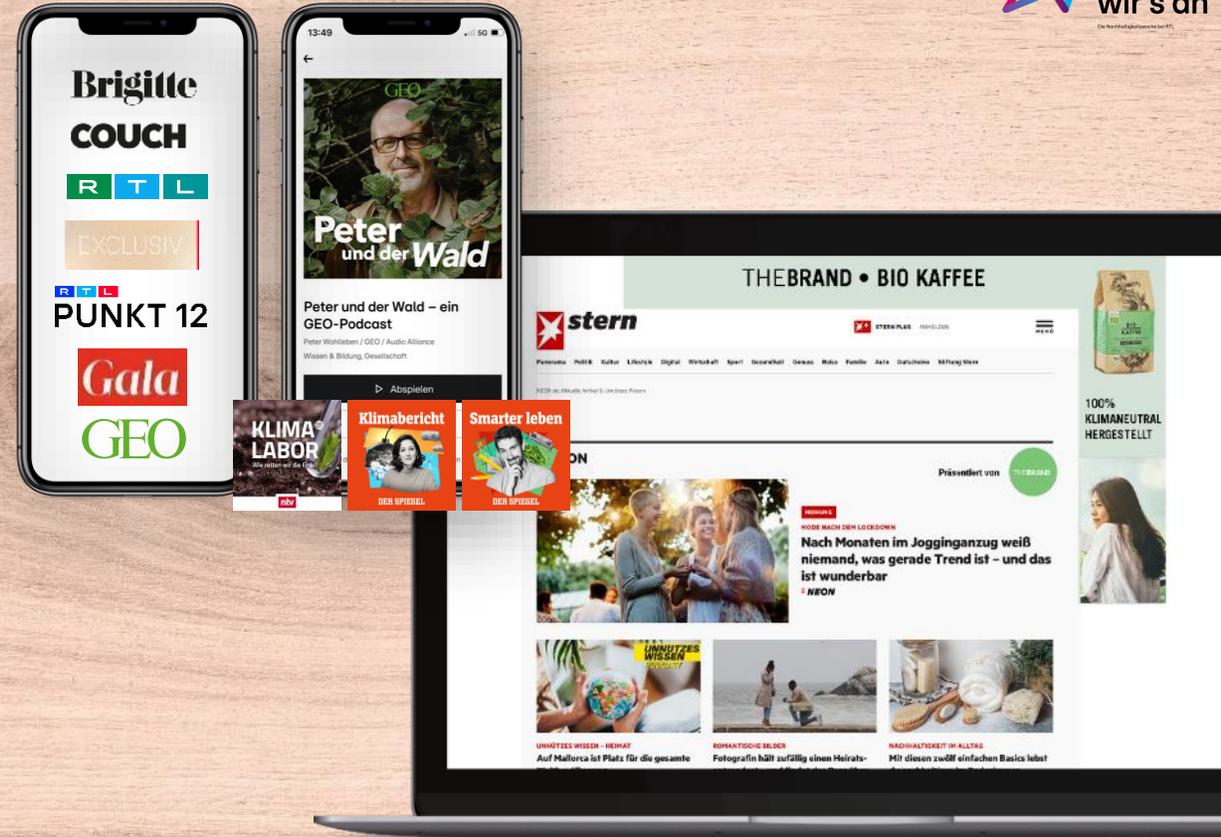
Die Buchung einer der in diesem Angebot dargestellten Sonderwerbformen löst keine Branchenexklusivität aus. Die Belegung einer anderen Sonderwerbform durch einen Partner derselben Branche ist möglich.

Stand: Stand: 29.04.2024

## Digital, Audio & Social

- **Individuelle Digital Green Weeks:** Bei GALA, BRIGITTE, COUCH, ELTERN und den RTL.de wird das Thema Nachhaltiger Konsum auf den Digital Sites in einem jeweiligen Content Hub aufbereitet.
- **Individuelle Social Weeks:** Bei GALA, BRIGITTE, COUCH, und den RTL.de Magazinmarken wird Ihr Wunschthema mit dem jeweiligen Marken-USP individuell bei Instagram inszeniert.
- **Audio:** Belegen Sie den »Nachhaltigkeits-Channel« mit einer Mid-Roll und platzieren Sie Ihre Botschaft damit maximal nativ mitten im redaktionellen Content.
- Redaktionelle Beiträge zur Nachhaltigkeitswoche in vielen weiteren Marken tbd.!

Hier geht's zum [Content-Finder](#)



# Digital Integrationen

Sprechen Sie uns an für individuelle Angebote!



## Podcast Mid-Roll

### Gezielte Reichweiten mit unserem Nachhaltigkeits-Channel

Mit dem »Nachhaltigkeits-Channel« bündeln wir alle relevanten Podcast aus dem Bereich Nachhaltigkeit und schaffen eine relevante Reichweite. Ihre Werbebotschaft wird innerhalb dieser Umfeldernativ in den redaktionellen Content integriert und von einer attraktiven Zielgruppe aufmerksam und aktiv gehört.

## Social Storytelling

Den Tag der Erde nehmen sich unsere **Social Redaktionen zum Anlass über Nachhaltigkeit zu posten\***. Diese Posts können auf dem jeweiligen Marken Instagram Account begleitet werden.

## Content Special

Für ein Content Special wird ein **thematisches Umfeld gemeinsam definiert** und für Ihre Marke **geschaffen\***. Der Content besteht zu 50% aus redaktionellen Inhalten der Medienmarke und 50% Kunden-Content.

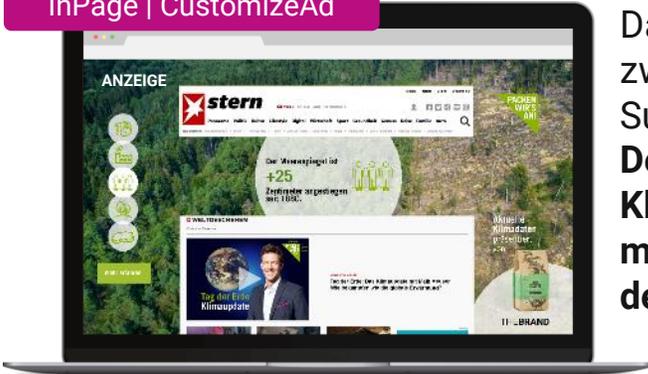


\*Der redaktionelle Content ist unantastbar. Beispielhafte Visualisierungen.

# Digital Integrationen

Sprechen Sie uns an für individuelle Angebote!

## InPage | CustomizeAd



Das CustomizeAd besteht aus zwei Dynamic Sitebars, dem Superbanner und dem Billboard. **Der User kann zwischen unseren Klimafakten klicken und somit mehr über verschiedene Faktoren des Klimaschutzes lernen.**

## Branded Storyboard



**Beim Branded Storyboard steht Storytelling ab dem ersten Klick im Fokus!** Von kurzweiligen Videobeiträgen über bildgewaltige Fotostecken bis hin zu Slide-Shows und individuelle Maps – Ihr grünes Thema wird voll-werblich in Szene gesetzt!

FIRST MOVER



## ATV | Klima-Counter Switch In Masthead

Mit dem Switch-In Masthead bekommen Sie **garantierte und exklusive Tageserstkontakte** für jeden Zuschauer in unserem ATV Senderportfolio. Verlängern Sie Ihre Präsenz wirkungsstark ins TV und **engagieren sich für die Umwelt als Presenter aktueller Klimadaten.**

\*Der redaktionelle Content ist unantastbar. Beispielhafte Visualisierungen.

# Digital | Kosten

Bestandteil	Leistung	Zeitraum 2024	Preise
Podcast	Nachhaltigkeits-Channel, Presenter-Read, Mid-Roll Bundle bis 60 Sekunden, 100.000 Als	4 Wochen September 2024	Mediakosten: 12.325 € N2 Kreationskosten: 500 € nicht Rabatt- und AE-fähig Gesamtkosten: 12.825 EUR N2
Social Storytelling	Green Week Social Storytelling, 3x IG Posts, 4x IG Stories (jeweils mind. 3 Slides)	September 2024	Individuelles Angebot auf Anfrage
Marken-spezifisches Content Special	Content Special (4 redaktionelle Artikel + 4 Kunden Contentpieces)*, festplatziertes Werbemittel (z.B. Sticky Sky + MCA 2:1), Native Teaser Bundle + Kundenlogo**. Übersichtsseite mit allen Inhalten, Presentership, Navigationsplatzierung, Kampagnenbetreuung und Reporting. Bis 50.000 Views*** für das Content Special, ab 1.600.000 AI Native Teaser Bundle in RoS***.	4 Wochen September 2024	Je nach gewählten Marken ab 33.200 € n/n**** MBV zzgl. Full Servicekosten
CustomizeAd	Rotation RoS (125 € brutto) oder RoC (141 € brutto). <u>Konzeptanlieferung</u> : 25 Werktage vor Erscheinungstag. <u>Materialanlieferung</u> : 20 Werktage vor Erscheinungstag.	September 2024	40.000 € n/n**** MBV zzgl. Full Servicekosten

\*Themenfreigabe durch Redaktion erforderlich; Gewichtung der redaktionellen Inhalte und Kunden-Inhalte im Gleichgewicht. 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 Logo 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. Produktionskosten sind nicht rabatt- und AE-fähig. Die Inhalte sind nach der Kampagnenlaufzeit nicht mehr online.

\*\*\*\*Full-Service-Kosten sind weder Rabatt- noch AE-fähig, zzgl. MwSt. Der Material-Lieferant stellt sicher, dass für das Material (Bilder, Schriften, etc.) ausreichend Lizenzen vorliegen. Ist zusätzliches (Bild-)Material inkl. (Bild-)Rechte einzukaufen, werden die Kosten hierfür on-top weiterberechnet (weder Rabatt-, noch AE-fähig). Hosting ist in den Full-Service-Kosten inkludiert. Durch von der Beschreibung und den Spezifikationen abweichende Features, die auf expliziten Kundenwunsch zum AdSpecial hinzugefügt werden sollen, können nach vorhergehender Prüfung zusätzliche Kosten und eine Verlängerung der Vorlaufzeit entstehen.

Soll ein in Full-Service produziertes Werbemittel an einem Wochenend- oder Feiertag oder außerhalb der regulären Geschäftszeiten (9 bis 18 Uhr MEZ) starten, behält sich die AdAlliance vor, den entstehenden Support-Aufwand mit mind. 1.000€ n/n zusätzlich in Rechnung zu stellen.

Audio/Podcast-Platzierungen sind skontofähig und rabattbildend, aber nicht rabattfähig für etwaige Digital-Vereinbarung, Angebot nach Verfügbarkeit; Laufzeit ab 4 Wochen

Alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. zzgl. Produktionskosten und Lizenzgebühren. Sollten Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen des Werbeumfelds vorgenommen werden, so werden die Preise angepasst.

Die Buchung einer der in diesem Angebot dargestellten Sonderwerbformen löst keine Branchenexklusivität aus. Die Belegung einer anderen Sonderwerbform durch einen Partner derselben Branche ist möglich.

Stand: Stand: 29.04.2024

# Digital | Kosten

Bestandteil	Leistung	Zeitraum 2024	Preise
Switch-In	Switch-In Masthead Tagesfestplatzierung	Bspw. 16.09.2024	Individuelles Angebot auf Anfrage
Branded Storyboard	4x Storyboard-Seiten (4 Themen)*, 1x Teaser-Bundle ab 6.700 Views** für das Branded Storyboard ab 1.280.000 AI Native Teaser Bundle in RoS** ab 320.000 AI Native Teaser Bundle in RoN**	4 Wochen September 2024	Ab AE-Netto 30.675 € Inkl. Kreation***

\*Vorlaufzeit: 28 Werktage mit Full-Service, Laufzeit: ab 4 Wochen, \*inkl. Recherche, Texterstellung, Bildberatung. Andere Content-Typen wie Gewinnspiele und Anmeldemasken auf Rückfrage und gegen Aufpreis. \*\*Leistungen werden individuell für Sie berechnet. Zur Erreichung der View-Garantie behalten wir uns den Einsatz von externen Traffic Drivern vor. \*\*\*Das Branded Storyboard wird im Rahmen unserer Full-Service Leistung umgesetzt. Produktionskosten sind nicht rabatt- und AE-fähig. Als Abrechnungsbasis gilt die Gesamtzahl der Views. \*\*\*\*Die Inhalte sind nach der Kampagnenlaufzeit nicht mehr online.

Full-Service-Kosten sind weder Rabatt- noch AE-fähig, zzgl. MwSt. Der Material-Lieferant stellt sicher, dass für das Material (Bilder, Schriften, etc.) ausreichend Lizenzen vorliegen. Ist zusätzliches (Bild-)Material inkl. (Bild-)Rechte einzukaufen, werden die Kosten hierfür on-top weiterberechnet (weder Rabatt-, noch AE-fähig). Hosting ist in den Full-Service-Kosten inkludiert. Durch von der Beschreibung und den Spezifikationen abweichende Features, die auf expliziten Kundenwunsch zum AdSpecial hinzugefügt werden sollen, können nach vorhergehender Prüfung zusätzliche Kosten und eine

Verlängerung der Vorlaufzeit entstehen. Soll ein in Full-Service produziertes Werbemittel an einem Wochenend- oder Feiertag oder außerhalb der regulären Geschäftszeiten (9 bis 18 Uhr MEZ) starten, behält sich die AdAlliance vor, den entstehenden Support-Aufwand mit mind. 1.000€ n/n zusätzlich in Rechnung zu stellen.

Alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. zzgl. Produktionskosten und Lizenzgebühren. Sollten Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen des Werbeumfelds vorgenommen werden, so werden die Preise angepasst.

Die Buchung einer der in diesem Angebot dargestellten Sonderwerbformen löst keine Branchenexklusivität aus. Die Belegung einer anderen Sonderwerbform durch einen Partner derselben Branche ist möglich.

Stand: Stand: 29.04.2024

A photograph of children sitting at a table, drawing a scene with wind turbines, a house, and people. The drawing is done on a white sheet of paper. One child is using a blue pencil to draw a wind turbine. Another child is using a red pencil to draw a house. A third child is using a blue pencil to draw a person. The scene includes a sun, clouds, and a house with a red roof. The drawing is on a white sheet of paper. The children are sitting at a dark wooden table. There are several colored pencils on the table. The background is a dark wooden wall.

## Sie brauchen Ihr eigenes Inspirationspaket?

Unsere Konzeptideen sind genauso vielfältig wie die Inhalte unserer Woche! Sprechen Sie uns gerne mit Ihren Kampagnenzielen an und wir entwickeln die perfekte 360° Umsetzung für Ihre Marke.



**Luisa Büllsbach**

Conception Manager  
TV Brands Concepts

[luisa.buellesbach@ad-alliance.de](mailto:luisa.buellesbach@ad-alliance.de)

**Kontakt**

## 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 | 2022



Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,  
abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://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](http://www.mediaimpact.de/de/agb), es sei denn es ist anders gekennzeichnet.