

Online Medieninformationen 2011



Inhaltsverzeichnis

Überblick vertical techmedia.....	2
Online-Marketing Trends 2011.....	3-4
Zielgruppen.....	5-6
Übersicht Websites.....	7-8
Tom's Hardware.....	9
Notebookcheck.....	10
Digitalkamera.....	11
Prad.....	12
Tom's Networking.....	13
alaTest.....	14
Gulli.....	15
VNR.....	16
Werbelösungen: Überblick.....	17-19
Werbelösungen: Standard IAB.....	20
Werbelösungen: High-Impact Ads	21-24
Werbelösungen: Customized Publishing.....	25-28
Werbelösungen: Newsletter und Mailings.....	29-30

Das größte vertikale Online-Netzwerk im Bereich Technologie

40 Tech-Websites + 12 Nr. 1 Websites + 9,2 Mio. Unique User + 38 Mio. User international

Höchste Aufmerksamkeit für Ihre Online-Werbung im Umfeld wertvoller Inhalte

vertical techmedia vermarktet über 40 hochwertige Websites aus dem High-Tech, IT- und CE-Bereich, darunter zahlreiche redaktionelle Premium-Websites. Als erstes vertikales Netzwerk für Technologie ermöglicht vertical techmedia Werbetreibenden den Zugang zu Entscheidern, Konsumenten und Multiplikatoren mit ausgeprägtem Interesse an Technik-Themen.

Unsere Werbekonzepte: Flexibel, einfach in der Umsetzung und aus erfahrener Hand

Neben standardisierten Angeboten (Displayadvertising), bietet vertical techmedia AG Sonderwerbformen, wie die gezielte redaktionelle Integrationen an. Über 1 Million Newsletter-Empfänger können mit E-Mails oder zum Teil indivi-

duellen Mailings angesprochen werden. vertical techmedia unterstützt Unternehmen und Agenturen schon während der Kampagnenplanung und erbringt zusätzliche Leistungen, wie die technische und redaktionelle Umsetzung sämtlicher Kampagnen.

Hohe Reichweite—auch international

vertical techmedia erreicht über 9,2 Millionen Unique User pro Monat.

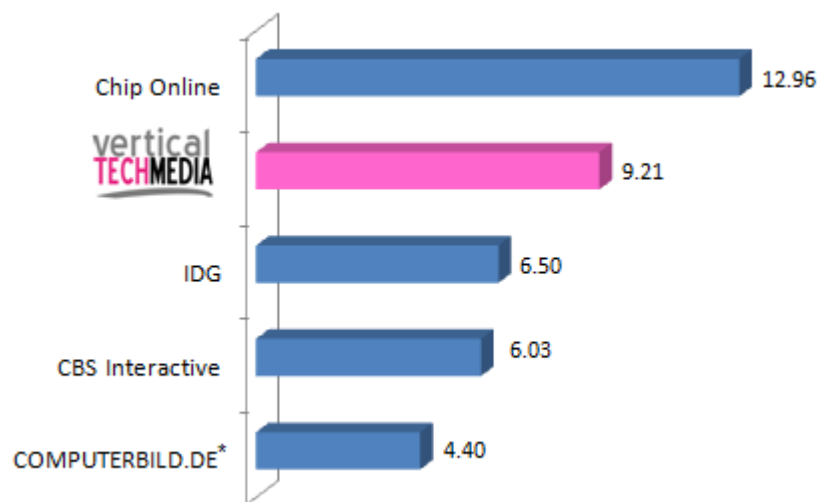
International erreichen wir zusammen mit unseren Partnern Bestofmedia Group und Netcommunities 38 Millionen Unique User.

Hohe Relevanz in attraktiven Zielgruppen

Neben der Belegung von einzelnen Websites, kann Werbung in sechs verschiedenen Channels platziert werden – verteilt über das gesamte Portfolio.

IT- und CE-Website - Vermarkter in Deutschland

(Total Unique Visitors in Mio.)



Quelle: Comscore Media Metrix 2010

*inkl. AVF-Bild und CB-Spiele

Trends im Online-Marketing 2011: Special Interest Publikationen und vertikale Netzwerke

Online-Medien 2011 - Die Trends:

2004 sagte die Wirtschaftswoche voraus: „...das Zeitalter der Special Interest Magazine, eine Publikation für jedes Interesse...“ Die Vorhersage hat sich bestätigt. Die Situation ist heute:

Mediatrends 2011:

- Starker Anstieg von Special Interest Publikationen: von 50 auf 200
- Boom von Online Special Interest Test- und News-Sites
- Premium-Content Sites: Höchste Klickraten und höchste Aufmerksamkeit

Die Folgen:

- Angebotsbündelung von Special Interest Websites
- Ausgaben für Online-Werbung steigen
- Kreativere Werbung und neue Formate
- Durch Targeting: Hoher Response und hohe Werbeerinnerung

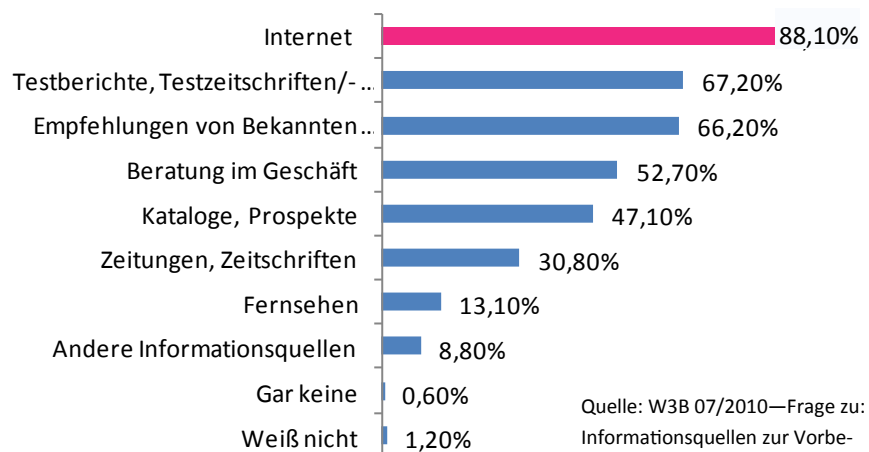
vertical techmedia- Die Fakten:



- vertical techmedia ist Deutschlands führendes vertikales Netzwerk für IT und CE Sites
- 40 hochwertige, redaktionelle Websites
- Transparenz: kein „blind network“
- Targeting nach Zielgruppen, Themen-Channel, Produkt-Channel und viele weitere Optionen!
- Alles aus einer Hand: von Displaywerbung über Integrationen bis E-Mail Marketing
- Langjährige Erfahrung in Sachen Online-Werbung!

Trend: 88% der User nutzen das Internet, um Kaufentscheidungen vorzubereiten

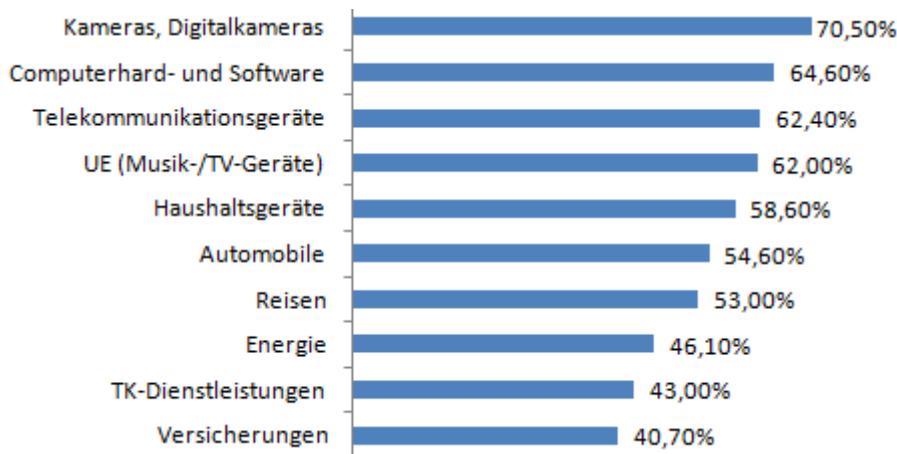
vertical techmedia bietet reine Onlinepublikationen!
Keine Zweitverwertung von Artikeln aus Printmagazinen!



Quelle: W3B 07/2010—Frage zu: Informationsquellen zur Vorbereitung von Kaufentscheidungen

Online-Werbung hat einen starken Einfluss auf den Kaufprozess

Trend: Besonders Technik-Produkte werden im Internet recherchiert

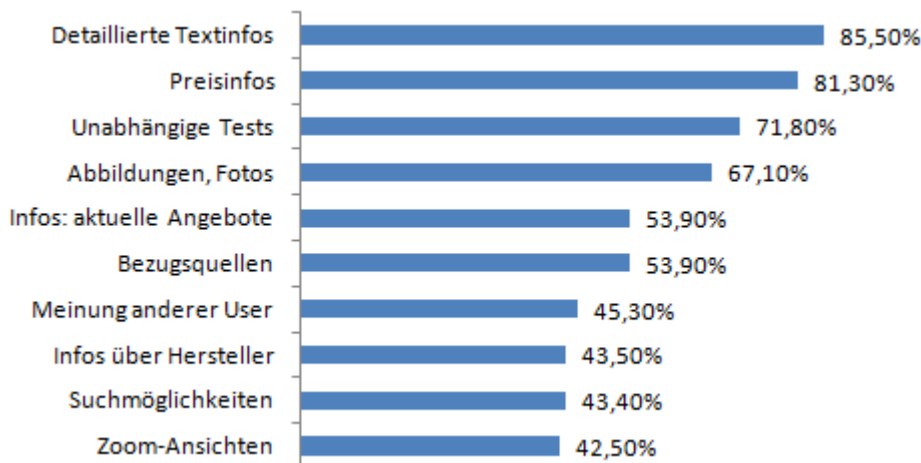


vertical techmedia ist der Spezialist für IT und CE Sites

40 Websites aus den Bereichen High-Tech, IT und Consumer Electronics.

Quelle: W3B 07/2010—Frage zu: Wichtigkeit des Internet vor dem Kauf bestimmter Produkte

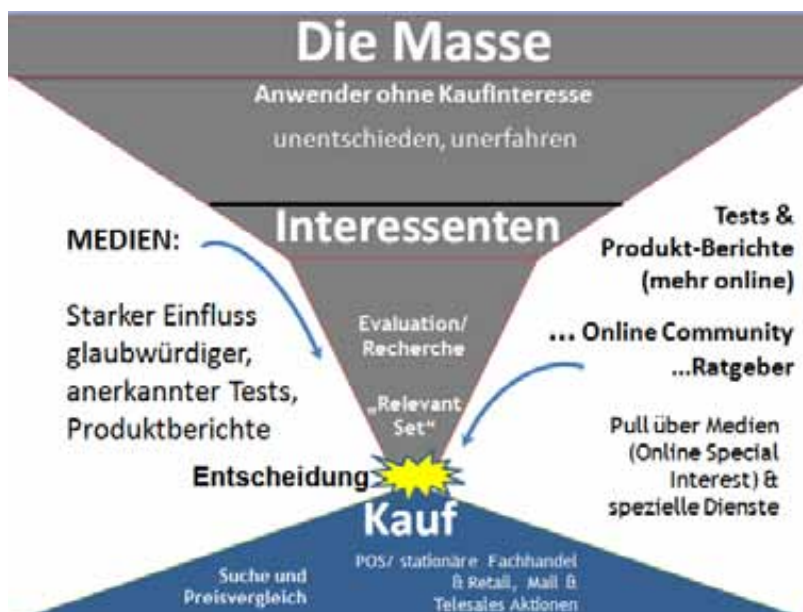
Trend: User wollen Text- und Preisinfos sowie unabhängige Tests



vertical techmedia bietet die führenden redaktionellen Testsites für

Hardware, Notebooks, Displays, digitale Fotografie und Netzwerke.

Quelle: W3B 07/2010—Frage zu: Anforderungen an Produktinformations-Websites



vertical techmedia Sites werden von Kaufentscheidern und Interessenten genutzt

Test- und Produktbericht- und Community-Websites haben starken Einfluss auf den Kaufprozess.

Quelle: Online Publishers Association

Attraktive Zielgruppen für effiziente Onlinekampagnen



Männer

Insgesamt besuchen unsere Sites 7 Millionen Unique Männer – das sind über 80 % der Leserschaft. Sie sind gut verdienende Individualisten, Meinungsmacher und Manager mit hohem Interesse an Technik und Innovationen.



Technologie und Gadget Enthusiasten

Sie kennen sich perfekt mit Technik aus und bilden die Gruppe der Erstkäufer eines neuen Produkts. Sie sind einflussreiche "Technik-Evangelisten" und helfen im beruflichen und privaten Umfeld bei Kaufentscheidungen.



Gaming und Entertainment Enthusiasten

Die Zielgruppe der Gamer gliedert sich in "Lifestyle Gurus", "Social Networkers" sowie "Technische Avantgarde". Neben Spielen gehört ihre Leidenschaft den technischen Neuerungen für das perfekte Spielerlebnis.



Enterprise IT-Professionals

Sie sind IT-Directors, bzw. CIOs und Administratoren und verfügen über fundiertes technisches Wissen, entscheiden über IT-Investitionen in ihrem Unternehmen, oder beraten die verschiedenen Fachabteilungen.



Professionelle Entwickler

Sie sind Webdesigner, Intra-/Internet- und Datenbankentwickler, Softwareentwickler, Projektleiter oder Systemarchitekten. Ihre Kenntnisse reichen von XML, Java bis C/C++, VB & Microsoft .NET. Ihr Interesse gilt Softwarelösungen, IT Hardware und Support & Services.



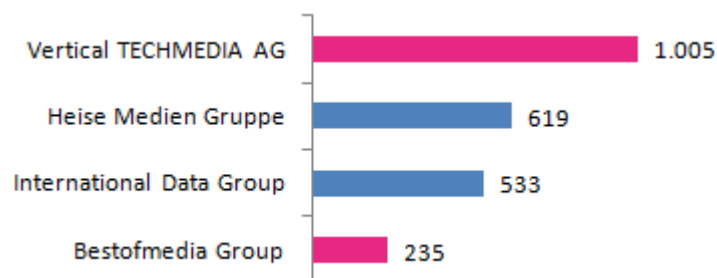
Geschäftliche Entscheider/ Business Decision Makers

Als Geschäftsführer oder Vorstände, vor allem kleinerer und mittlerer Firmen, sind sie für jede Budgetentscheidung im IT-Bereich verantwortlich.

vertical techmedia hat die höchste Affinität zu Technik-Themen bei professionellen Internetnutzern.

Affinität zu Technik-Themen bei professionellen Internetnutzern

(Reichweite Technology Heavy (Work), Tsd. Unique Visitors)

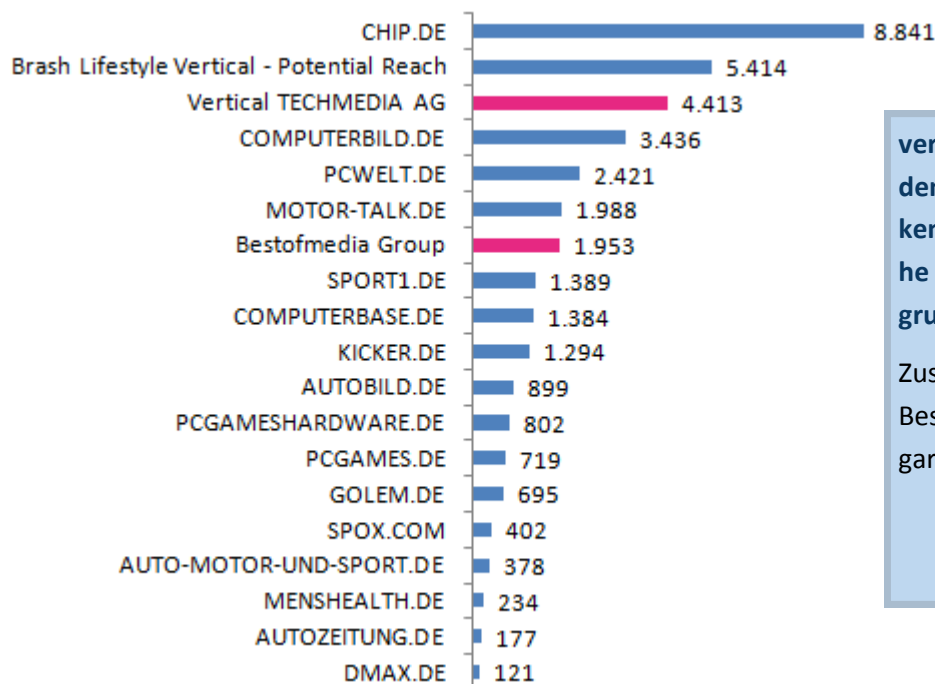


Quelle: Comscore 12/2010, Medianetzwerke

Beste Affinitäten und höchste Reichweiten bei (Kauf)Entscheidern

Sehr hohe Reichweite bei Männerzielgruppen

(Reichweite Männer, Tsd. Unique Visitors)

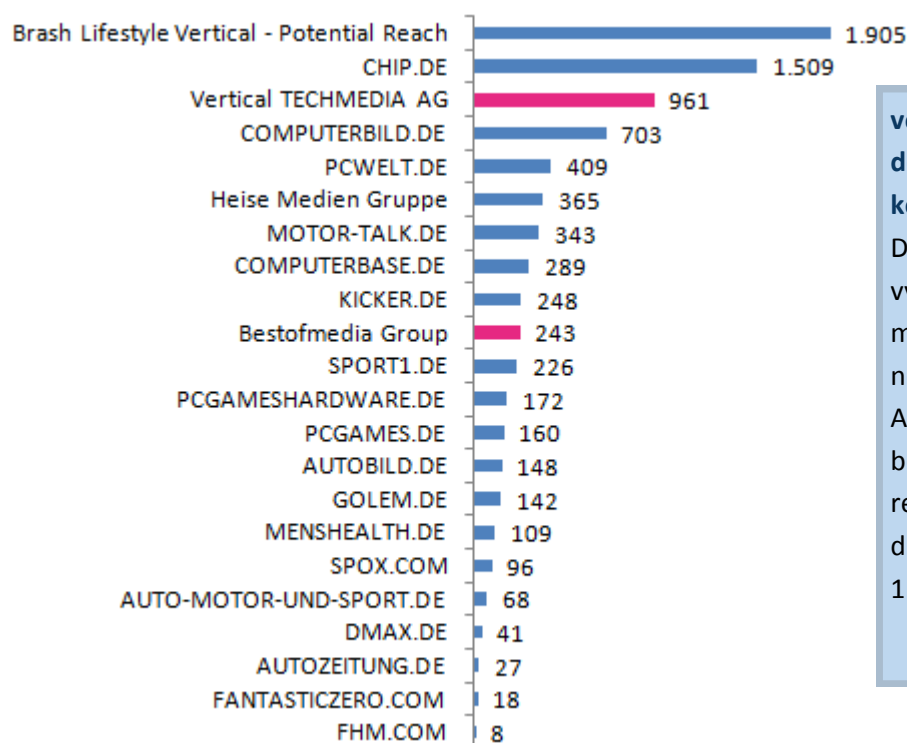


vertical techmedia gehört zu den Top 3 Mediennetzwerken, die eine besonders hohe Affinität zu Männerzielgruppen haben.

Zusammen mit dem Partner Bestofmedia Group wird sogar Rang 2 erreicht.

Hohe Affinität bei der Nutzung von Angeboten mit dem Schwerpunkt Lifestyle

(Reichweite Lifestyle, Tsd. Unique Visitors)



vertical techmedia gehört zu den Top 3 Mediennetzwerken im Segment Lifestyle.

Das Segment „Lifestyle Heavy“ besteht aus überwiegend männlichen Nutzern, die eine 100% Affinität zu Lifestyle Angeboten im Internet haben. Vertical techmedia erreicht 23% aller Personen in diesem Segment, was knapp 1 Million Usern entspricht.

Redaktionelle Premium-Websites für optimale Werbewirkung

Tests und Produktberichte

 	Die führende Quelle für Testberichte in Europa		Nr. 1 Mobile Computing Site in Europa Online seit 2005	
 	Die Nr. 1 Hardware Site seit 1996		Nr. 1 Online-Magazin für digitale Fotografie	
 	Nr. 1 Online-Magazin für Display-Technologie		Nr. 1 Networking Portal	
	Computer-Software und -Hardware		Entscheidungshilfe für den Notebookkauf (international)	

Business-Themen

 	Führendes Experten- und Mittelstandsportal		Nr. 1 im Bereich IT Business Software	
	Informationsplattform für Business Applications		Für mehr Erfolg mit Googles Android	
	Umfassende Infos über IT Management		Alle Infos für Microsoft .NET	
	Weltweit erstes Magazin für Eclipse		Die wichtigsten Aspekte der IT-Technologie	
	Das Nr. 1 Java Magazin		Das Magazin für das mobile Internet	
	Portal für die PHP-Community		Infos für den Einsatz von Sharepoint	

Software

 	Eines der führenden dt. Downloadportale		Der Online-Infodienst für IT-Profis
	Software-Development von A bis Z		Meinungsaustausch rund ums Programmieren

Content-Qualität ist ein entscheidender Faktor für die Intensität der Werberezeption

Wo wirkt Online-Werbung am besten?

Die Werbemittelerinnerung auf journalistischen Premium-Sites ist nachhaltiger als bei E-Mail-Portalen und Sites mit User-generated Content.

Quelle:



Auf Sites mit Premium-Content!

Der Kontakt-Index ist bei ihnen am höchsten – vier von fünf Usern haben Werbemittelkontakt.

Die Kontakthäufigkeit ist um 50% höher.

Die Kontaktdauer ist bei ihnen doppelt so lang.

Praxis, Tipps und Tricks



Das Ratgeberportal für Computer, Technik und Software



Größte Tech-News und Internet Community



Führender Technik- und Lifestyleblog



Das Portal für die Webdesign-Community



Das Computermagazin zum Mitmachen



Alles rund um CAD an einem Ort



Das führende redaktionelle Linux-Portal

International



Die größte Technik-Blog Suchmaschine



Der Social Media Guide



Internationale Nr. 1 Hardware-Site



Der Web-Guide für den Digital Lifestyle



Die führende Quelle für Testberichte in Europa



Der führende Social Bookmarking-Dienst



Entscheidungshilfe für den Notebookkauf



Die Site für Hardwareanalysen und News



Das Nr. 1 Java Magazin



Die Website für IT- und Technik-News



Nr. 1 Linux Portal



Nr. 1 How-To und Do-it-Yourself Community




Reichweite international: 80 Mio. Pls

Reichweite

1, 12 Millionen Unique User
(Quelle: Comscore 12/10)
2,7 Millionen Visits*
8,7 Millionen Pls*

Zielgruppe

- IT-Profis
- Technik Enthusiasten
- Multiplikatoren
- Business-Entscheider

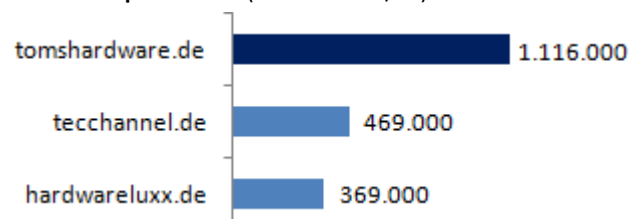
Affinität

- PC-Systeme
- Mobile
- Peripherie
- PC-Komponenten
- Multimedia-Hardware
- Gaming

Die Nr. 1 Hardware Site

Tom's Hardware Deutschland liefert seit 1999 Vergleichstests, Produktbesprechungen, Downloads, und News über Computer-Technik, Mobile Equipment und Consumer Electronics. Der Premium-Anbieter richtet sich an IT-Entscheider und Enthusiasten. Die Praxisratgeber und Kaufentscheidungshilfen werden stets aktualisiert und sind ein ideales Nachschlagewerk vor dem Computer- oder Komponentenkauf.

Total Unique Visitors (Comscore 12/10)



*Quelle: Xiti Januar 2011

Nr. 1 Mobile Computing Site



Reichweite international: 12,16 Mio. Pis*



Reichweite

319.000 Unique User
(Quelle: Comscore 12/10)
1,6 Millionen Visits*
4,86 Millionen Pis *

Zielgruppe

- IT-Profis, Early Adopters & Brand Specifiers
- Technik Enthusiasten
- Multiplikatoren
- Entscheider über IT Investitionen in Unternehmen

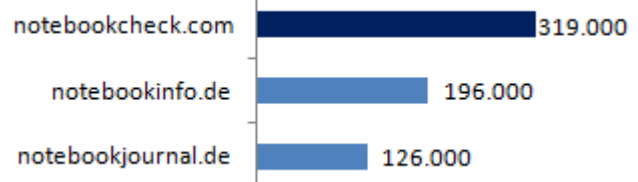
Affinität

- Notebooks (Focus B2B)
- Mobile Software und Service
- Mobile Hardware Zubehör
- Networking Produkte
- Reise

Die Nr. 1 Mobile Computing Site

Seit dem Launch im Februar 2005 überzeugt Notebookcheck.com durch ausführliche und objektive Tests, aktuelle News sowie umfangreiche Beiträge über mobile Technologie. Die Testingenieure bieten erfahrenen Anwendern, IT Profis und Enthusiasten detaillierte Hintergrundinformationen. Ein Kaufberatungsinterface unterstützt auch technisch nicht versierte Themenneulinge beim Notebookkauf.

Total Unique Visitors (Comscore 12/10)



*Quelle: Google Analytics Januar 2011



Reichweite

221.000 Unique User
 (Quelle: Comscore 12/10)
 1.226.239 Visits* (nur redaktioneller Server)
 4.291.051 Pls*

Zielgruppe

- Consumer
- Foto und Technik Enthusiasten
- Fotoprofis und Experten
- Business Entscheider

Affinität

- Kameras
- Drucker und Scanner, Zubehör
- Digital Imaging Software
- Foto- und Druckerservice
- Reise

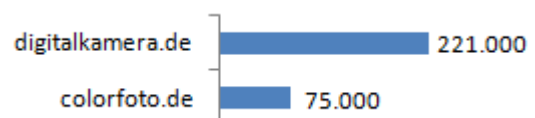
Nr. 1 Online-Magazin für digitale Fotografie

digitalkamera.de ist das führende deutschsprachige Online-Magazin zur Digitalfotografie mit News, Marktübersichten, Tests, Tipps, Buchrezensionen, Galerie und Forum. Mit mehr als 2.100 Modellen präsentiert digitalkamera.de die weltweit umfangreichste Digitalkamera-Marktübersicht.

digitalkamera.de ist das reichweitenstärkste und älteste redaktionelle Angebot im Bereich Fotografie im deutschsprachigen Internet.

Total Unique Visitors

(Comscore 2010)



Award von
digitalkamera.de



*Quelle: Google Analytics Januar 2011

Nr. 1 für Display-Technologie



Reichweite

81.000 Unique User
(Quelle: Comscore 09/10)
307.054 Visits*
1.716.353 Pls*

Zielgruppe

- Anwender und Kaufinteressierte (Gamer, Office)
- IT Profis, Experten
- Business Entscheider (Büro)

Affinität

- Monitore, TV, Projektoren
- Grafikkarten
- Zubehör (Tuner, Kabel, ...)

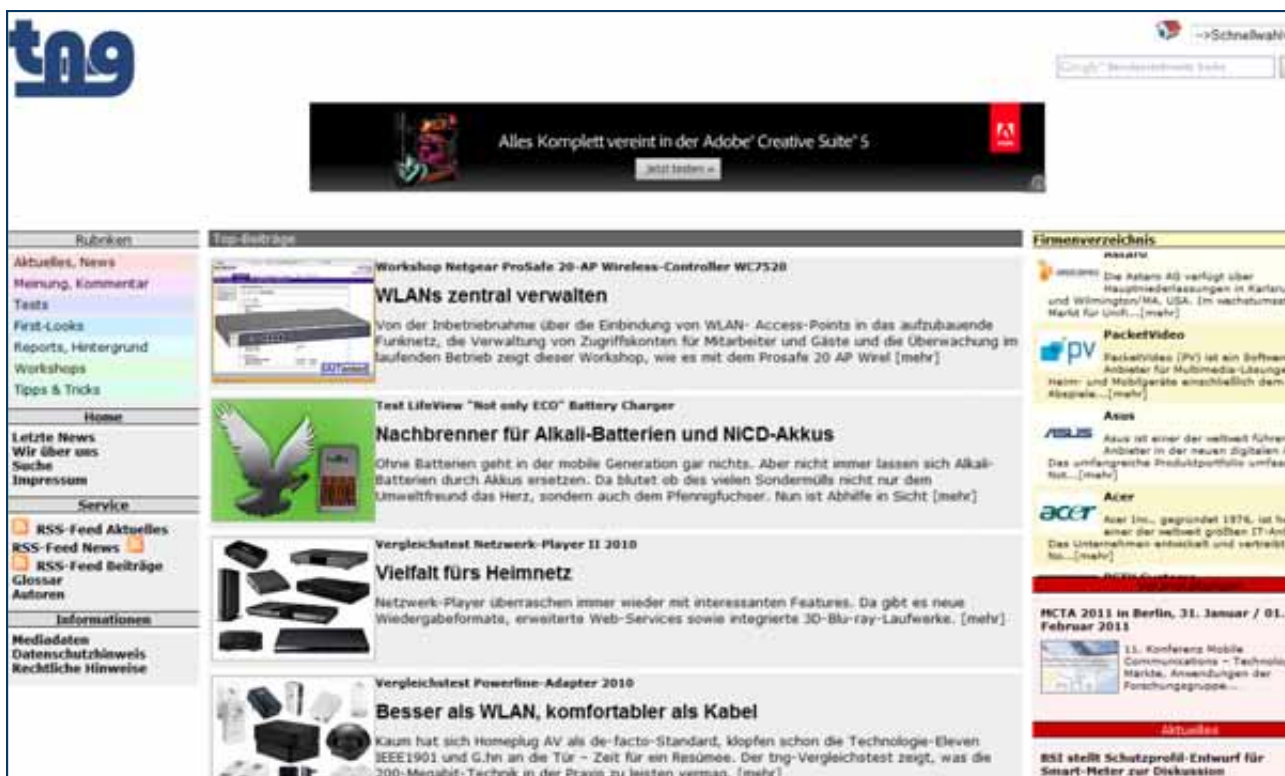
Nr. 1 Online-Magazin für Display-Technologie

Prad liefert detaillierte Tests und Produktübersichten für Displays, TV-Geräte und Projektoren und bietet seinen Lesern Hilfestellung bei der Kaufentscheidung. Noch unentschlossene User können über die interaktive Kaufberatung das passende Display herausfiltern. Wer bereits genauere Vorstellungen von den technischen Specs seines Wunsch-Displays hat, findet es schnell über ein weiteres Tool, oder kann zwischen verschiedenen Geräten vergleichen.

Award von Prad.de



*Quelle: Google Analytics Januar 2011



Reichweite

15.000 Unique Visitors
(Quelle: Comscore)
69.645 Visits
399.829 PIs
(Quelle: AWstats 01/11)

Zielgruppe

- IT-(Netzwerk) Administratoren
- IT-Manager & Consultants
- Technik Enthusiasten

Affinität

- Netzwerk Hardware
(Server, Komponenten, Storage)
- Netzwerkfähige Peripherie (z.B. Drucker)
- Netzwerk-Software
- Netzwerk-Security Lösungen
(Hard- und Software)

Nr. 1 Networking Portal

Tom's Networking Guide Deutschland richtet sich an IT-Professionals – Einkäufer und Entscheider in KMUs – und technikbegeisterte Konsumenten. Die Plattform ist das einzige deutschsprachige Magazin, das speziell das Thema Netzwerk aus der Sicht von Heimanwendern sowie kleiner und mittelständischer Unternehmen (KMU) beleuchtet.

Dank des eigenen Labors sowie der Zusammenarbeit mit Hochschulen und Instituten sind die veröffentlichten Daten immer aus erster Hand. Die Beiträge werden von renommierten Autoren erstellt, die selbst in diesem Bereich journalistisch, oder in der Industrie tätig sind.



Weltweit größtes Testportal für IT und CE



The screenshot shows the alaTest website interface. At the top, there is a search bar with the text 'Testberichte finden für...' and a 'LOS' button. Below the search bar, there are three product cards with their respective alaScore ratings: a camera (97), a smartphone (99), and a laptop (96). To the right, there is a call to action: 'Werde jetzt Mitglied der alaTest Community!' with a 'Jetzt registrieren' button. Below this, there is a section for 'BELIEBTESTE PRODUKTE' featuring the Samsung WB600 camera. The camera card shows a 4.2 star rating from experts and users, a 94 alaScore, and a price of €158,16. To the right of the camera card, there is a 'Pro & Kontra' section with pros and cons. Further right, there is a section for 'alaTest Mobile' with links for Android and iPhone.

International: 18 Länder - 20 Sprachversionen

Reichweite

467.000 Unique User
(Quelle: Comscore 12/10)
1,04 Millionen Visits*
2,5 Millionen Pls*

International

6,6 Millionen Visits und 17 Millionen Pls*

Zielgruppe

- Käufer im Kaufprozess
- Smartshopper
- Produktentscheider
- Technologie Enthusiasten
- IT- und Hardware-Investitionsentscheider in Unternehmen

Affinität

- Computer, Foto, TV, HiFi und Video
- Telefon, Haushalt
- Kaufentscheider
- Multiplikatoren

Die führende Quelle für Testberichte in Europa

Als freie und unabhängige Produktvergleichsseite veröffentlicht alaTest Testberichte aus über 1.600 Quellen weltweit. Die Daten werden vorab gekürzt und so umstrukturiert, dass die Vor- und Nachteile eines Produkts übersichtlich präsentiert werden. Um den Usern den Kaufprozess zu erleichtern, wird eine einheitliche Bewertung berechnet, der alaScore™.

alaTest ist in folgenden Ländern verfügbar:

Deutschland - Österreich - Schweiz - Australien -
UK - USA - Norwegen - Schweden - Belgien - Frank-
reich - Niederlande - Dänemark -
Finnland - Polen - China -
Neu Seeland - Taiwan

Award



*Quelle: Google Analytics



Die größte deutschsprachige Tech-News und Internet Community

The screenshot shows the gulli.com homepage with a search bar at the top right. The navigation menu includes: HOME, NACHRICHTEN, BOARD, INTERNET, SICHERHEIT, UNTERHALTUNG, CHAT, ANSICHTSSACHE, GULLI:INTERN. A banner below the menu states: 'Seit 1998 - Portal und Forum mit über 1 Million registrierten Usern'. The main content area is titled 'AKTUELLE NACHRICHTEN' and features two news items:

- Sachsen-Anhalt: Keine Kennzeichnungspflicht für Polizisten** (by JULIAN_ AM 14.11.2010, 15:31 UHR - 21 REAKTIONEN IM GULLI:BOARD). The article text states: 'Das Innenministerium Sachsen-Anhalt machte heute klar, dass es vorerst keine Kennzeichnungspflicht für Polizisten im Einsatz geben wird. Es bestünde schlichtweg keine Notwendigkeit für eine Vergabe von Namensschildern oder Ähnlichem. Die Grünen machten derweil klar, dass sie für eine Kennzeichnung der Beamten sind.' Tags: KENNZEICHNUNGSPFLICHT, POLIZEIBEHÖRDE.
- EU: Roaming-Gebühren sollen bereits 2011 abgeschafft werden** (by SENERD_ AM 14.11.2010, 15:28 UHR - 9 REAKTIONEN IM GULLI:BOARD). The article text states: 'Geht es nach Silvana Koch-Mehrin, der Vizepräsidentin des Europäischen Parlaments, sollen für mobile Telefonate innerhalb der EU ab 2011 keine Roaming-Gebühren mehr anfallen. Dies'.

On the right side, there is an advertisement for a Lenovo ThinkCentre M900 computer with an Intel Core i5 processor. Below the ad is a section titled 'GULLI:ANSICHTSSACHE' with a sub-header 'Bilder sind oft Ansichtssache. Kommentiere und bewerte unsere Fundstücke. Weitere Bilder findet du in...'.

Reichweite

3,5 Millionen Unique User

(Quelle: Comscore 12/10)

8,3 Millionen Visits*

15,7 Millionen Pis*

Zielgruppe

- Männliche Jugendliche & junge Erwachsene (95%)
- Early Adopters
- Technische Vorreiter in Peergroup & Familie
- Technologie Enthusiasten
- Trendsetter und Multiplikatoren: Die Entscheider von morgen

Affinität

- Hardware und Software
- Gaming
- Internet und Mobile Devices
- Monitore & HDTV

*Quelle: Google Analytics Januar 2011

Die größte deutschsprachige Tech-News und Internet Community

gulli.com deckt den Informationsbedarf seiner großen Community in allen relevanten IT-Bereichen. Zum reichhaltigen Informationsangebot zählen die klassischen Themen der aktuellen technologischen Entwicklungen und Neuerungen im Soft- und Hardwarebereich, sowie breitgefächerte Diskussionsräume, die die immer wichtiger werdenden Security-Issues abdecken.

Deutschlands führendes Experten- und Mittelstandsportal

VNR.de | Visionen. Nutzen. Rat.
Hier sind die Experten!

Reichweite

592.000 Unique User
(Quelle: Comscore 12/10)
1.650.000 Visits*
2,8 Millionen Pis*

Newsletter

460.000 Abos**

Zielgruppe

- Unternehmer und Führungskräfte
- Erfahrene IT-Anwender
- Ratgeber und Multiplikatoren

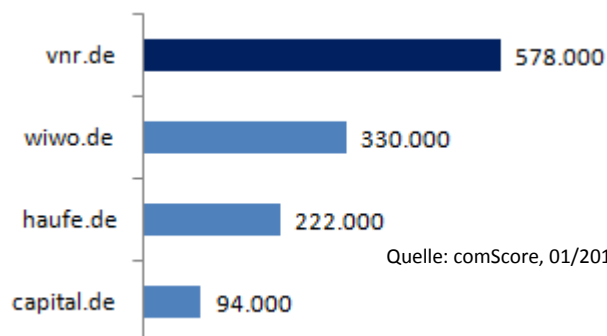
Affinität

- Management
- Enterprise IT
- Beratung

Das führende Experten- und Mittelstandsportal in Deutschland

Auf vnr.de – Business berichten Experten praxisbezogen über die neuesten Trends, um Unternehmen erfolgreich zu gestalten. Registrierte Leser können mit den VNR Experten in Kontakt treten und Fragen stellen. vnr.de Business ist ein Projekt der VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG. Das Unternehmen zählt zu den größten deutschen Fachverlagen.

Unique Visitors (Tsd.)



Quelle: comScore, 01/2011

Maßgeschneiderte Lösungen für Ihre Werbeziele

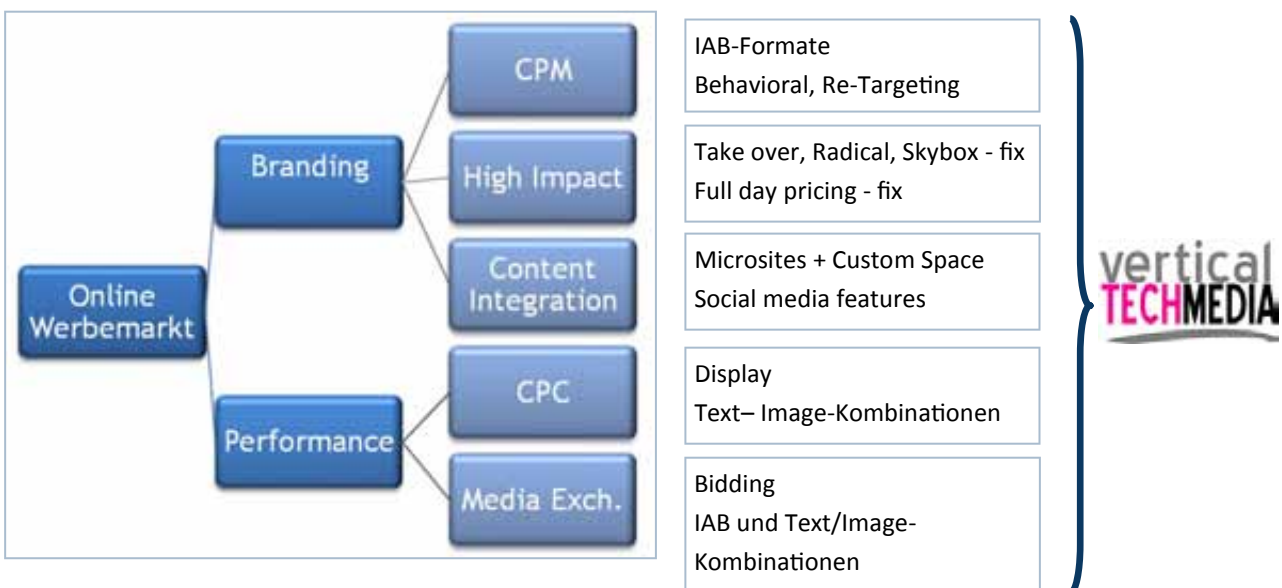
Warum Werbung nach dem TKP-Modell so wichtig ist

**Display advertising's early mistake:
Click is the wrong metric for measuring ad effectiveness**

Does this person's click effectively reflect the branding impact of exposing the other 999 people to the same ad?

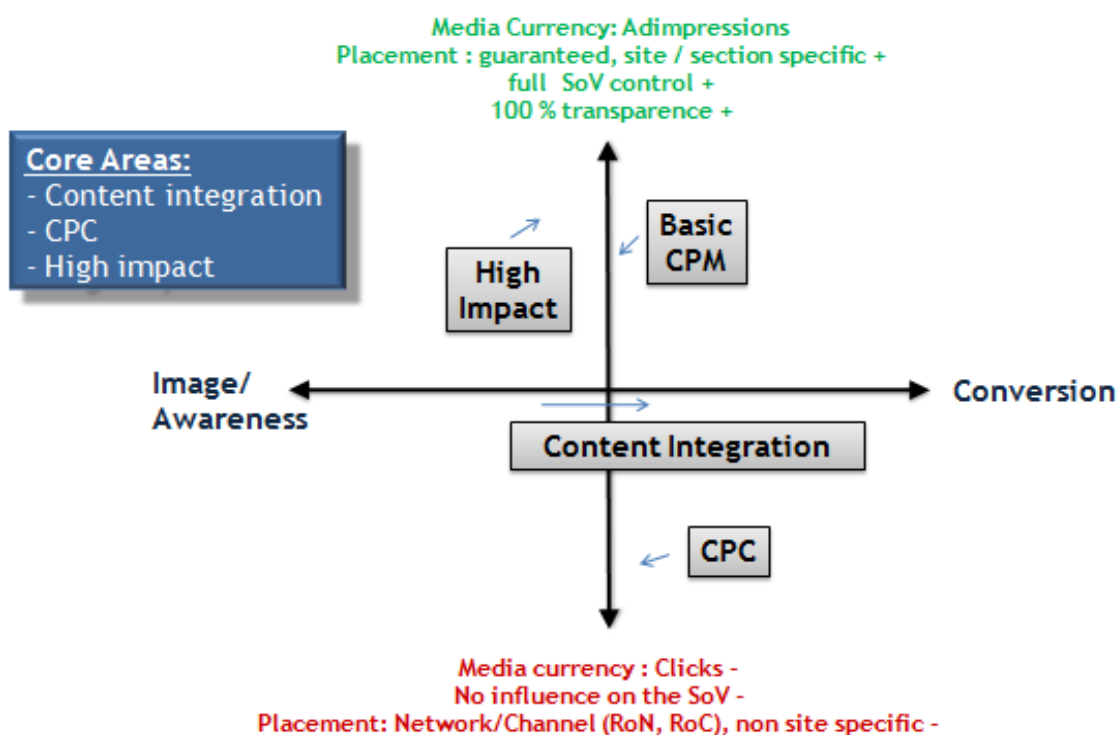
Kontera COMSCORE

Online—Advertising: Die Marktlage

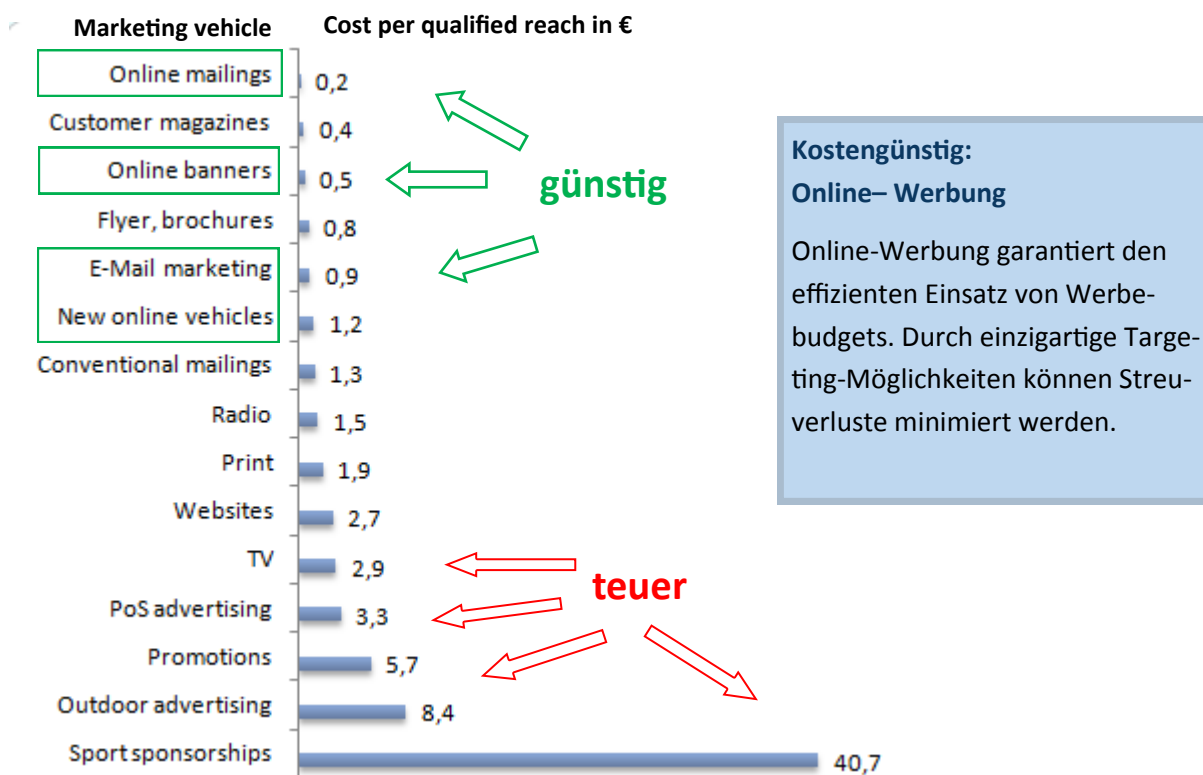


Alle Werbelösungen aus einer Hand

Entwicklung von Online-Werbemodellen



Beispiel*: Marketingkosten verschiedener Werbemittel



*Beispiel für Herren-Kosmetik, Quelle: The McKinsey Quarterly „The downturn’s new rules for marketers“, David Court 2008

Mit dem richtigen Mix zum Werbeerfolg

Ihre Kommunikationsziele stehen im Mittelpunkt unserer maßgeschneiderten Lösungen.

Unsere Konzepte gehen weit über die bekannten Standard-IAB Lösungen hinaus:

Wir realisieren Content Integrationen, Microsites oder komplett eigenständige Websites. Unser präzises Targeting garantiert höchste Werbeeffizienz.

Werbelösungen	Details
Standard-IAB und High-Impact Ads	Content Ad, Skyscraper, Leaderboard, Expandable Formate, Halfpage, Hockey-Stick, Wallpaper, Homepage Ad, Layer Ad....
Redaktionelle Kooperationen	Tech Guides, exklusive Themen Specials , optional inklusive Product Placement
Redaktionelle Kooperationen	Wettbewerbe und Gewinnspiele
Advertorials	“Direct Click” Variante, “Microsite” Variante
Microsite	Brand Page Variante
Brand Channels	oder auch “Partner Space”, “Ressource Center”
Themenpakete	Notebooks, TV/Monitore/Beamer, Home Networking, Server, Sicherheitssoftware...
Performance Lösungen & Shopping Ads	CPC Pakete für Consumer, Business und Männerzielgruppen
Newsletter	Pakete möglich (Consumer Hardware, Software, Mittelstand,...)

Zielgruppen (Beispiele)					
Männer	IT/CE Technologie und Gadget Interessenten	Gaming & Entertainment Interessenten	IT-Profis	Professionelle Entwickler	Geschäftliche Entscheider

Weitere Targeting Möglichkeiten					
Geotargeting	Zeittargeting	Contextual	Betriebssystem/ Browser	Frequency Capping	Weitere auf Anfrage

Beispiele und technische Spezifikationen

Besuchen Sie unsere Website, um Beispiele und technische Spezifikationen zu finden. Außerdem steht Ihnen dort ein Online-Budgetrechner zur Verfügung, der Ihnen Ihre Mediaplanung erleichtert.

Mehr Infos unter: www.verticaltechmedia.de

Standard-IAB*



Content Ad / Rectangle

Im redaktionellen Content platziert bleibt das Rectangle – auch Content Ad genannt – besonders lange im Blickfeld des Lesers.



Expandable Rectangle

Durch ein Mouse-Over vergrößert sich das klassische Rectangle auf das Format von maximal 336 x 600 und legt sich damit über den Content. Die zusätzliche Fläche bietet noch mehr Platz für Ihre Werbebotschaft.



Leaderboard

Das Leaderboard wird prominent über der Website integriert und bürgt damit für optimale Aufmerksamkeit und hohe Werbewirkung.



Expandable Leaderboard

Das expandable Leaderboard bezieht den User mit ein: Durch ein Berühren mit der Maus, vergrößert sich das Standard-Werbemittel nach unten und bietet somit noch mehr Platz für die Werbebotschaft.



Skyscraper

Die hochformatige Werbeposition ist neben dem Content platziert. Damit bleibt sie permanent im Blick des Lesers. Auf dem großen Format lassen sich viele Infos und kreative Effekte integrieren.



Expandable Skyscraper

Durch ein Mouse-Over verbreitert sich der Expandable Skyscraper und legt sich über den redaktionellen Content. Damit gilt das Werbemittel als besonders aufmerksamkeitsstark.



Half-Page Ad

Das großflächige Half-Page Ad ist ein perfektes Werbemittel für komplexe Werbebotschaften oder kreative Effekte.

*Interactive Advertising Bureau

High Impact Ads



Wallpaper

Das Wallpaper kombiniert die Werbeformen Leaderboard und Skyscraper. Zusätzlich kann das Werbemittel mit den Farben Ihres Corporate Designs hinterlegt werden, um ein intensives Branding zu bewirken.



Hockeystick

Der Hockeystick ist eine Kombination aus Skyscraper und Leaderboard und fasst die Website im offenen Winkel von rechts ein. Die große Werbefläche bietet reichlich Platz für kreative Effekte und Interaktionsmöglichkeiten mit dem User.



Homepage Ad

Das Homepage Ad, auch als Site Rebranding bezeichnet, lässt den gesamten Hintergrund einer Website in Ihrem Corporate Design erscheinen. Gleichzeitig werden alle Werbemittel auf Site belegt. Das garantiert intensives Branding und einen hohen Wiedererkennungswert. Besonders bei Produkt-Launches hat sich dieses Werbeformat bewährt.

High Impact Ads

Wallpaper von Nikon auf digitalkamera.de

High Impact Ads erzeugen eine hohe Aufmerksamkeit beim Betrachter und sind besonders für Produkt-Launches und Imagewerbung geeignet.



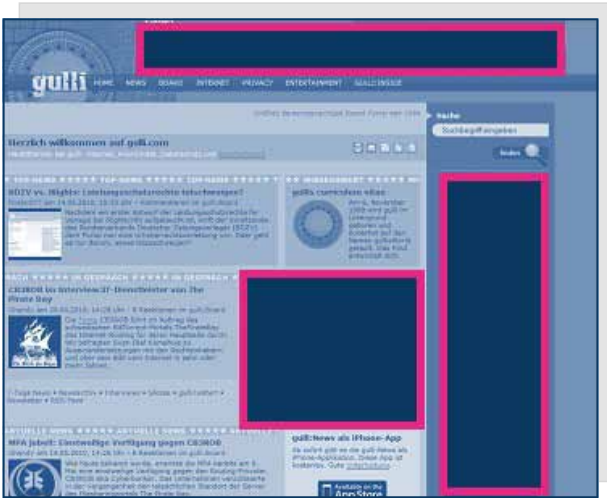
Hockeystick von Benq auf prad.de



Homepage Ad zum Launch von Starcraft 2 auf gulli.com



High Impact Ads



Triple Ad

Ein Triple Ad kombiniert die Werbeformate Leaderboard, Content Ad und Skyscraper auf einer Site. Die einzelnen Formate können dabei gestalterisch und textlich miteinander verknüpft werden.



Layer Ad

Layer Ads bieten zahlreiche Möglichkeiten an kreativen Effekten und Interaktionen. Das Format eignet sich für eine besonders aufmerksamkeitsstarke Präsentation Ihrer Werbebotschaft. Das Werbemittel legt sich über den Content und erzielt meist hohe Klickraten.



Exklusive Belegung

Die exklusive Belegung eines Themenchannels ermöglicht es, Brands und Produkte in einem hochaffinen Umfeld aufmerksamkeitsintensiv zu platzieren. Über einen definierten Zeitraum haben die Leser permanent ein Branding in Verbindung mit einem Themengebiet vor Augen. Das schafft Vertrauen und eine besondere Bindung an Ihre Marke.

Mit der Buchung eines Sponsorings werden alle verfügbaren IAB-Werbeformate im ausgewählten Bereich mit Ihrem Branding belegt. Zusätzlich findet sich in der Rubrik an prominenter Stelle ein Hinweis auf den Sponsor.

Eine Textanzeige auf der Startseite der jeweiligen Website verweist auf den Sponsor des Themenchannels und linkt direkt in die entsprechende Rubrik.

High Impact Ads

Durch die Verbindung der Werbeformen Leaderboard, MPU und Skyscraper wird noch mehr Aufmerksamkeit beim Betrachter erzielt.

Das Triple Ad eignet sich besonders für imagebildende Kampagnen mit kreativem Kommunikationsansatz.

Triple Ad von Nikon auf gulli.com



Layer Ad von Sony auf alatest.de



Das Layer Ad legt sich aufmerksamkeitsstark über den Content einer Site und bürgt für hohe Klickraten. Die große Werbefläche bietet Raum für kreative Effekte und zahlreiche Interaktionsmöglichkeiten mit dem User.

Exklusive Belegung der Rubrik Festplatten von Samsung auf tomshardware.de



Bei einer exklusiven Belegung stehen dem Werbetreibenden alle Positionen in einer Rubrik zur Verfügung.



Das Teaser Ad auf der Homepage verlinkt in die gesponsorte Rubrik

Customized Publishing



Advertorial

Ein Advertorial ermöglicht Werbung mit PR-Texten. Die Platzierung zwischen den Artikeln wirkt beim User vertrauensbildend und sorgt für nachhaltigen Infotransfer. Besonders aufmerksamkeitsstark ist ein Advertorial auf der Homepage einer Website, weil es permanent zwischen den aktuellsten Artikeln zu sehen ist.



Microsite

In enger Kooperation mit Ihrem Marketing erstellen wir für Sie individuelle Microsites, die jede Menge Platz für die Darstellung Ihres Brands bieten. Die Leser nehmen Ihre Angebote im gewohnten Umfeld der belegten Website wahr und bringen dieser Art der Sonderwerbform besonders viel Vertrauen entgegen.

Partner Space

Der Partner Space kombiniert Kommunikation mit dem Leser, Präsenz auf der Website und Integration von Social Media Elementen. Die umfangreiche Microsite auf Tom's Hardware zu Ihrem Brand und Ihren Produkten beinhaltet Ihr Branding, News, Tests und Bilder Ihrer Firma sowie Shopping-Links, Twitter-Posts, Foren-Updates und Facebook-Updates.

Customized Publishing

Advertorial von Gigabyte auf Tom's Hardware

Das Advertorial hat die Optik eines Artikels auf tomshardware.de. Als Werbefläche steht hier eine ganze Site zur Verfügung und damit können fast beliebig viel Text, Fotos und weiterführende Links platziert werden.



Advertorial AMD auf Notebookcheck

Das Advertorial wurde auf der deutschen und englischen Site platziert.

Microsite Intel auf Tom's Hardware

Microsite auf Tom's Hardware mit integrierten Blogs und Videos.



Customized Publishing—eigene Websites

Profitieren Sie von unserer langjährigen Erfahrung im Online-Publishing und lassen Sie sich für Ihre Produkte und Lösungen eine eigenständige Internetseite erstellen. Wir übernehmen die Produktion vom Konzept bis zur Livestellung und sorgen über zusätzliche Promotions für Sichtbarkeit und Traffic.

- **Komplettangebot:** Konzept, Design, redaktionelle Inhalte, Traffic Generierung -> Wir stehen in der Pflicht, von A bis Z
- **Erfahrung** Die verlegerische Erfahrung erlaubt es uns, den Besuchern ein eigenes Nutzungsuniversum anzubieten, in dem sich Ihre Markenwerte wiederfinden
- **Sichtbarkeit und Performance** Die Microsite wird von einer reichweitenstarken, effizienten Promotionkampagne flankiert, um Traffic zu generieren und die Marken-Awareness zu steigern.



Website für Intel

www.zenentreprise.com

IT-Entscheider erhalten Informationen für die Optimierung der Prozesse. Vorschläge und Beispiele für die Steigerung der Produktivität und Online-Kostenrechner zur Überprüfung der IT-Infrastruktur gehören mit zum Angebot.



Website für Toshiba

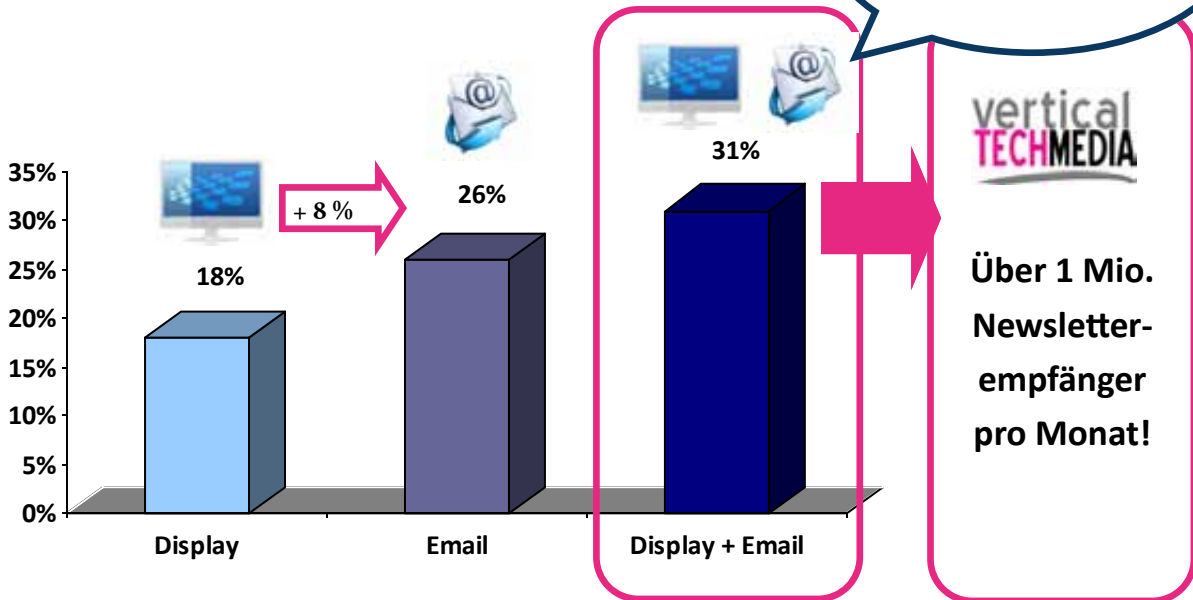
www.envienumerique.com

Jeder muss sich tagtäglich mit High-Tech beschäftigen. Vier Szenarien erhellen den Nutzen von High-Tech und zeigen, wie man den Umgang mit moderner Technologie optimieren kann.

Newsletter und Mailings wirken am besten in Kombination mit Display Ads!

Die gestützte Werbeerinnerung im Vergleich

Quelle: eCircle GmbH, Werbewirkungsstudie: „Display versus E-Mail“
(in Zusammenarbeit mit Nielsen und SEAT) 2011



Nutzen Sie das Potential von vertical techmedia und unterstützen Sie Ihre Display-Kampagnen mit E-Mails an über 1 Million Empfänger!

Wie die aktuelle Studie beweist, kann die Wirkung von Display Ads verstärkt werden, indem man die Kampagnen durch Newsletter Ads unterstützt.

Mit vertical techmedia AG erreichen Sie über 1 Million Newsletterempfänger pro Monat im B2B und B2C Bereich.



Erreichen Sie 1,19 Millionen Newsletter-Empfänger aus dem B2B und B2C-Bereich

Newsletter	Website	Zielgruppe	Versand	Auflage
Tom's Hardware Guide	Tomshardware.de	B2B/B2C	Wöchentlich—Do.	22.000
Gulli	Gulli.com	B2C	Monatlich	600.000
Winload	Winload.de	B2B	Wöchentlich—Do	100.000
IS report	isreport.de	B2B	Wöchentlich—Di	21.000
Xsellent	Xsellent	B2B	Wöchentlich—Do	20.000
Nickles	Nickles.de	B2C	Täglich Mo.—Fr.	18.500
Pro Linux	Pro-linux.de	B2B/B2C	Täglich Mo.—Fr.	8.500

VNR Newsletter	Website	Zielgruppe	Versand	Auflage
Expertentipps von A bis Z	vnr.de	B2B	Täglich (außer So.)	ca. 110.000
Expertentipps XXL	vnr.de	B2B	Wöchentlich	ca. 70.000
Computertipps von A bis Z	vnr.de	B2B/B2C	3 x Wöchentlich	ca. 54.000
Kommunikationstipps von A bis Z	vnr.de	B2B/B2C	Wöchentlich	ca. 75.000
Startup Tipps von A bis Z	vnr.de	B2B	Wöchentlich	ca. 26.000
Unternehmertipps von A bis Z	vnr.de	B2B	2 x Wöchentlich	ca. 23.000
Bürotipps von A bis Z	vnr.de	B2B/B2C	Wöchentlich	ca. 50.000
Personaltipps von A bis Z	vnr.de	B2B	2 x Wöchentlich	ca. 17.000
Aktientipps von A bis Z	vnr.de	B2B/B2C	2 x Wöchentlich	ca. 15.000
Vereinstipps von A bis Z	vnr.de	B2C	Wöchentlich	ca. 25.000

Kontakt

vertical techmedia AG

Destouchesstraße 68
80796 München

Vertrieb und Marketing

Tel: +49 (0) 89 416 178-243
Fax: +49 (0) 89 416 178-244
sales@verticaltechmedia.de

Partnerbetreuung

Tel: +49 (0) 89 416 178-243
Fax: +49 (0) 89 416 178-244
info@verticaltechmedia.de

Büro Hamburg

Rothenbaumchaussee 1
D-20148 Hamburg
Tel: +49 (0) 40 209 331-42
Fax: +49 (0) 40-209 331-44

Büro Düsseldorf

Oberbilkler Allee 266
40227 Düsseldorf
Tel: +49 (0) 211 687 819 34
Fax: +49 (0) 89 416 178-244

www.verticaltechmedia.de

Herausgeber

vertical techmedia AG

Destouchesstraße 68
80796 München

Vorstand

Hermann Eiden (Vorsitzender)
Jens Schmidtman

Aufsichtsratsvorsitzender

Jens Spyrka

Amtsgericht München HRB 185669
USt-Id Nr.: DE271301794