

# iq digital – Das große crossmediale ZEIT Geld Spezial

2009



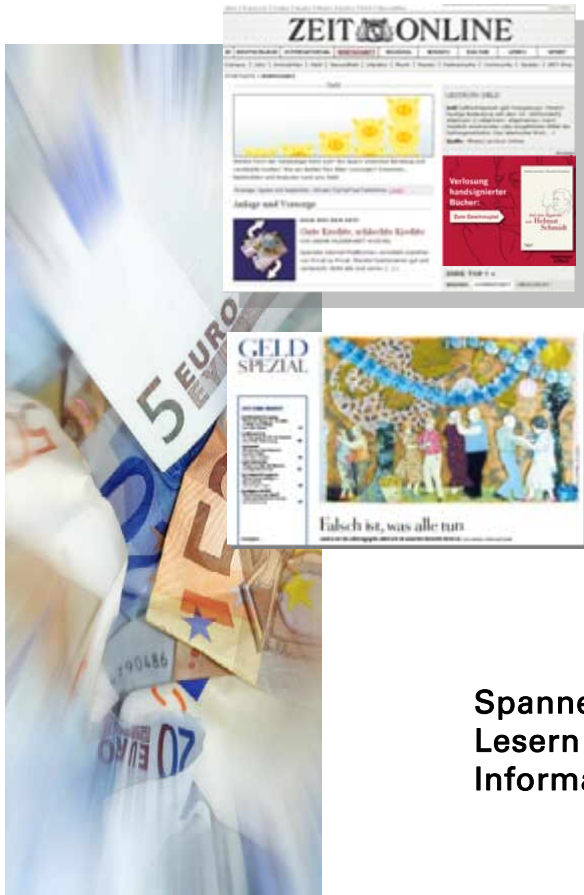
# Das Geld Spezial auf ZEIT ONLINE und in DIE ZEIT



The screenshot shows the 'ZEIT ONLINE' website interface. At the top, there are navigation tabs for 'DEUTSCHLAND', 'INTERNATIONAL', 'WIRTSCHAFT', 'BILDUNG', 'WISSEN', 'KULTUR', 'LEBEN', and 'SPORT'. Below these are sub-categories like 'Campus', 'Jobs', 'Immobilien', 'Geld', 'Gesundheit', 'Literatur', 'Musik', 'Reisen', 'Partneruche', 'Community', 'Spiele', and 'ZEIT Shop'. The main content area is titled 'Geld' and features several articles and advertisements. One article is titled 'LEKXION: GELD' with a sub-headline 'Geld [althochdeutsch gelt: Vergiltung, rühmte; heutige Bedeutung seit dem 14. Jahrhundert]: allgemein 1) allgemein: allgemeines, meist staatlich anerkanntes oder eingeführtes Mittel des Zahlungsverkehrs. Das lateinische Wort...'. Another article is 'Anlage und Vorsorge' with a sub-headline 'Gute Kredite, schlechte Kredite VON SABINE HELDBRAND-WÖCKEL'. There is also an advertisement for 'Verlosung handsignierter Bücher: Auf die Spur mit Helmut Schmidt'.

A collage of several 'Geld Spezial' magazine covers. The covers feature various images and headlines. One cover shows a person in a kitchen with the headline 'Falsch ist, y'. Another cover shows a tiger with the headline 'Suche nach Unterschlupf'. A third cover shows a person with the headline 'Das Boko ist zurück'. The covers are arranged in a slightly overlapping, 3D effect.

# Das Geld Spezial auf ZEIT ONLINE und in DIE ZEIT



Die Umsetzung der Serie erfolgt exklusiv für Sie neben der Print-Ausgabe in DIE ZEIT ebenfalls als multimediales Online Geld Spezial auf ZEIT ONLINE.

Das Geld Spezial erscheint in DIE ZEIT sechsmal pro Jahr zu einem Schwerpunktthema aus dem Bereich Finanzen und bietet zusätzlich zu den wöchentlich erscheinenden Wirtschafts- und Finanzseiten tiefgehende Informationen über Finanzmärkte und aktuelle Trends. Ob Geldanlage, Versicherungen, Altersvorsorge oder Immobilien – hier werden die finanzinteressierten Leser der ZEIT umfassend und kompetent informiert.

Spannend und aktuell verschafft das Geld Spezial 2,05 Millionen\* ZEIT-Lesern und 1,63 Millionen\*\* Unique Usern auf ZEIT ONLINE attraktive Informationen und fundierte Hintergründe zum Thema.

Quelle: \*AWA 2008, \*\*AGOF internet facts 2008 III

# Begleiten Sie das Geld Spezial als Partner und profitieren Sie davon:



- Positiver Imagetransfer durch ein exklusives Partnership im Online-Umfeld im qualitativ hochwertigen redaktionellen Geld Spezial
- Die exklusive Belegung der Werbeflächen im Online-Spezial sowie die Schaltung von Anzeigen im Print-Umfeld der Serie in DIE ZEIT garantieren Ihnen eine hohe Aufmerksamkeit
- Sie erreichen Ihre themenaffine Zielgruppe mit minimalen Streuverlusten und maximaler Auseinandersetzung mit der Thematik

Buchbar crossmedial oder alternativ Belegung nur in DIE ZEIT oder nur auf ZEIT ONLINE möglich.

# Die künftigen Serien-Inhalte des Geld Spezial

## 16. April 2009 Erben & Schenken

Spezial ist bereits erschienen



## 18. Juni 2009 Anlegen in schwierigen Zeiten

Die Finanzmarktkrise hat das Vertrauen der Anleger erschüttert. Doch auf Dauer ist es auch keine Lösung, das Bargeld unter der Matratze zu horten.

Privatanleger fragen sich: Wohin mit meinem Geld? Welche Strategien auch in unsicheren Zeiten Chancen bieten, warum Börsenregeln auch in der Krise nicht aus der Kraft gesetzt sind und wem man immer noch trauen kann.

Börsenexperten erläutern ihre Zukunftsprognosen und neue Trends am Kapitalmarkt. Und: Was hat die Branche getan, um die viel gescholtenen Zertifikate wieder attraktiv zu machen?

# Die künftigen Serien-Inhalte des Geld Spezial

## **27. August 2009: Gesundheits-Spezial**

2009 ist das Jahr des Gesundheitsfonds, und kaum ein Krankenversicherter hat bisher verstanden, was sich nun alles für ihn ändert. Ein Spezial rund um die finanziellen Fallstricke rund um das kostbarste Gut der Bürger – ihre Gesundheit: Wann sich eine private Kranken- oder Zusatzversicherung lohnt, welche Rechte gesetzlich Versicherte einfordern sollten, welche Änderungen beim Krankengeld greifen und wie man sich gegen Berufsunfähigkeit absichert.

## **15. Oktober 2009: Altersvorsorge für verschiedene Alters-, Berufs- und Risikogruppen**

In einer stetig alternden Gesellschaft ist die Vorsorge für den Ruhestand erste Bürgerpflicht. Was banal klingt, wird immer noch von vielen Deutschen ignoriert. Je nach Alter, Verdienst und Lebenssituation kann und muss der einzelne mehr oder weniger auf die hohe Kante legen. Für wen sich die Riester-Rente lohnt, wann Rürup sinnvoll ist, wie sich die Renditen von Lebensversicherungen entwickeln - ein Geld Spezial, das Einzelfälle durchrechnet und Empfehlungen für konkrete Lebenssituationen gibt.

## **17. Dezember 2009: Nachhaltigkeit (im weitesten Sinn): die Anlagetrends der Zukunft**

Am Ende des Jahres: Ein Ausblick auf die Entwicklungen am Kapitalmarkt. Die gesellschaftlichen Megatrends diktieren auch die Trends an den Börsen - wie Anleger von den Reaktionen auf die demografischen Umwälzungen, die Herausforderungen des Klimawandels, die wachsende Bedeutung des Bildungsmarktes oder den steigenden Erfolg regenerativer Energien profitieren können.

# Das Geld Spezial Serien Paket auf ZEIT ONLINE

Ihre Präsenz im Online-Spezial



Alle Werbeflächen können während der Laufzeit der einzelnen Geld-Speziale exklusiv durch den Partner belegt werden:

- Medium Rectangle
- Wallpaper
- oder alternativ Superbanner und Skyscraper

Sie umrahmen das Spezial auf allen Seiten des Online-Umfelds und können so die Flächen für Ihre Kommunikation nutzen und außerdem auf Ihre Seiten verlinken.

Hier ist zusätzlich auch die Integration eines Partner-Advertorials möglich.

# Das Geld Spezial Serien Paket auf ZEIT ONLINE

## Reichweitenaufbau und Trafficgenerierung



Beispiel redaktionelle Teaserbox auf der Homepage



Geld Spezial

Erben & Schenken – wer sind die Verlierer der Reform und worauf müssen Erben achten. Ein Spezial auf ZEIT ONLINE

Klicken Sie hier!

Genießen Sie DIE ZEIT

Anzeige des Partners



Beispiel co-gebrandete Werbemittel im Ressort Wirtschaft mit dem Link zum Spezial

### Redaktionelles Teasing des Spezial

Durch redaktionelles Teasing (Exklusivbox auf der Homepage von ZEIT ONLINE , Themenbox auf Ressortebene sowie einen eigenen Navigationspunkt etc.) werden die User auf das Spezial gelenkt.

### Im Objekt ZEIT ONLINE während der Laufzeit:

Co-gebrandete Werbeformen (bspw. Wallpaper oder Medium Rectangle), die auf dem gesamten Portal in Rotation oder in affinen Umfeldern mit Link zum Spezial geschaltet werden, sorgen für einen weiteren Aufbau von Traffic und Awareness.

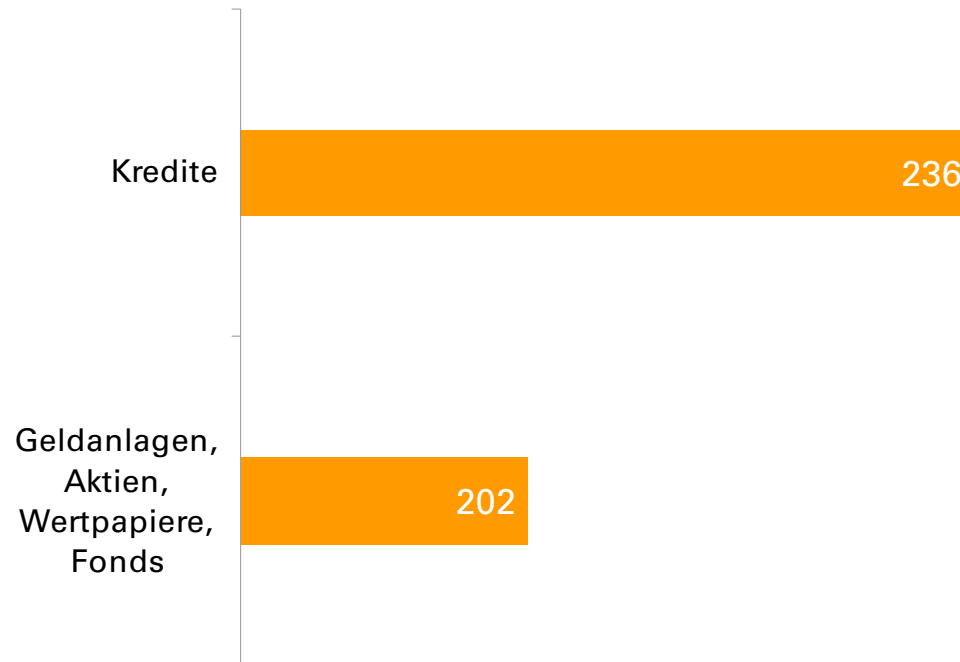
Erstellung der co-gebrandeten Werbemittel durch ZEIT ONLINE in Abstimmung mit dem Partner

# Die User auf ZEIT ONLINE

Die ZEIT ONLINE User haben ein großes Interesse an Finanzierungs- und Anlagethemen

Ich bin sehr interessiert an...

Affinitätsindex



Quelle: AGOF internet facts 2008 III

# Beispiel-Kalkulation Special-Partnership Geld Spezial auf ZEIT ONLINE

Mindestbuchungsvolumen 20.000 Euro, Mindestlaufzeit 4 Wochen

Preis Gesamtlaufzeit	TKP	Medialeistung/ Prognose	Mediawert
-------------------------	-----	----------------------------	-----------

Laufzeit 4 Wochen

## Einbindung des Partners exklusiv im Special von ZEIT ONLINE

Wallpaper im Special, Laufzeit 4 Wochen	6.000 EUR	60,00 EUR	100.000	6.000 EUR
Medium Rectangle im Special, Laufzeit 4 Wochen	6.000 EUR	60,00 EUR	100.000	6.000 EUR

## Online Reichweitenaufbau (Platzierungen nach Absprache und Themenaffinität)

Co-gebrandete Teaser im gesamten Objekt ZEIT ONLINE in Rotation (2.000.000 gar. Al's; inkl. 50% Co-Branding-Rabatt)	10.000 EUR	5,00 EUR	2.000.000	20.000 EUR
Co-gebrandetes wallpaper im ZEIT ONLINE Rubrik Wirtschaft (200.000 gar. Al's; inkl. 50% Co-Branding-Rabatt)	6.000 EUR	30,00 EUR	200.000	12.000 EUR
<b>Bruttopreis Gesamt Online</b>	<b>28.000 EUR</b>			
<b>Nettopreis Gesamt Online abzgl. 7,5% Rabatt</b>	<b>25.900 EUR</b>			

Mediawert gesamt

44.000 EUR

Summe Pagelmpressions 4 Wochen
Durchschnittlicher TKP 4 Wochen

2.400.000
10,38 EUR

Dieses Angebot ist freibleibend, AE-fähig, nicht weiter rabattierbar und versteht sich zzgl. MwSt.

# Das Geld Spezial – Print Preise

## Satzspiegel

528 mm hoch x 371 mm breit

1 Textspaltenmillimeter =  
1,6 Anzeigenspaltenmillimeter

Grundlage für die Berechnung sind  
die Anzeigenspaltenmillimeter.

Regionaler Anzeigen-Split  
und Motiv-Split auf Anfrage

## Spaltenbreite

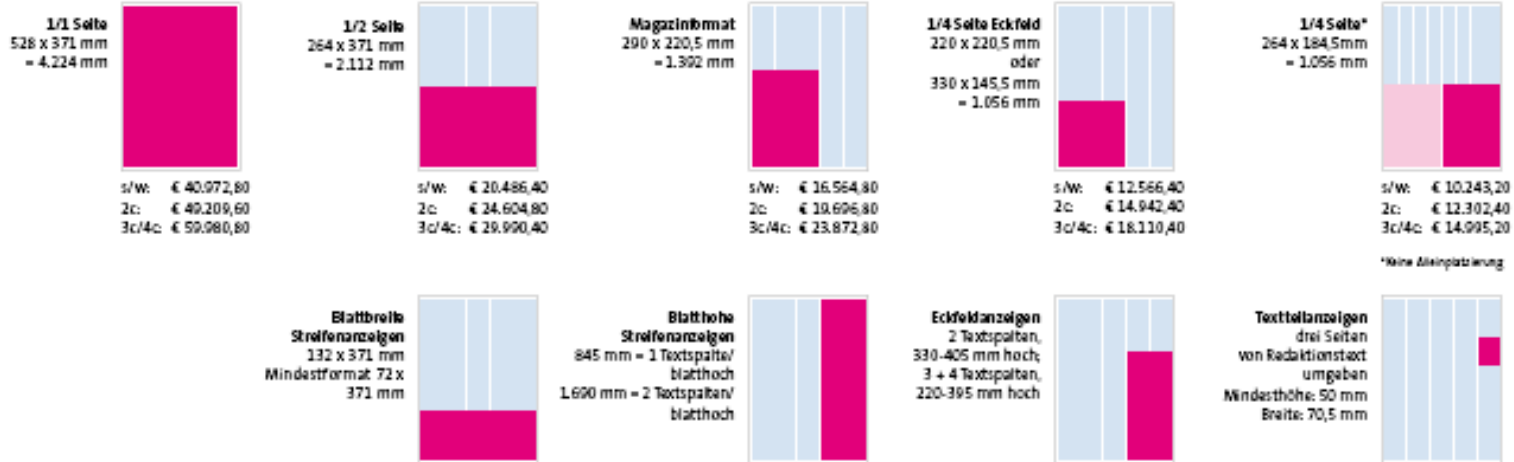
Spalten	Textteil	Anzeigenteil
1-spaltig	70,5 mm	45 mm
2-spaltig	145,5 mm	91,5 mm
3-spaltig	220,5 mm	138,0 mm
4-spaltig	295,5 mm	184,5 mm
5-spaltig	371,0 mm	231,0 mm
6-spaltig		277,5 mm
7-spaltig		324,0 mm
8-spaltig		371,0 mm

## Rabatte

Malstaffel*	Mengenstaffel
6 x Erscheinen = 5 %	3.000 mm = 5 %
12 x Erscheinen = 10 %	5.000 mm = 10 %
24 x Erscheinen = 15 %	10.000 mm = 15 %
36 x Erscheinen = 20 %	20.000 mm = 20 %

Beachten Sie auch die Rabatte für die Businesskombination auf S.26.  
\*nicht gültig für Stellenangebote S. 16

## Formatbeispiele



Es gilt die Presiliste Nr. 54, gültig ab 1. Januar 2009. Andere Formate auf Anfrage.

# Crossmediale Buchung in DIE ZEIT und auf ZEIT ONLINE

Durch zusätzlich buchbare Anzeigen in den Printausgaben der ZEIT Familie erreichen Sie Ihre Zielgruppe über mehrere Kanäle.

Diese crossmediale Verknüpfung der Anzeigenschaltungen (mit der Abbildung der URL des Spezials) erweitert die Reichweite in attraktiven Umfeldern für eine Premium Zielgruppe.

Spezielle Konzepte und Angebote erstellen wir Ihnen gerne auf Anfrage.



# Kontaktdaten iq digital

## Nielsen 1, 5-7

### iq media marketing gmbh

Brandstwiete 1 (Neuer Dovenhof) 6. OG  
20457 Hamburg  
Telefon 040 30183-174  
Telefax 040 30183-283  
E-Mail iqdigital-hamburg@iqm.de

## Nielsen 2

### iq media marketing gmbh

Kasernenstraße 67  
40213 Düsseldorf  
Telefon 0211 887-2060  
Telefax 0211 887-2099  
E-Mail iqdigital-duesseldorf@iqm.de

## Nielsen 3a

### iq media marketing gmbh

Eschersheimer Landstraße 50  
60322 Frankfurt  
Telefon 069 2424-4535  
Telefax 069 2424-4555  
E-Mail iqdigital-frankfurt@iqm.de

## Nielsen 3b

### iq media marketing gmbh

Werastraße 23  
70182 Stuttgart  
Telefon 0711 22475-22  
Telefax 0711 22475-49  
E-Mail iqdigital-stuttgart@iqm.de

## Nielsen 4

### iq media marketing gmbh

Nymphenburger 14 / 2. Stock  
80335 München  
Telefon 089 545907-34  
Telefax 089 545907-24  
E-Mail iqdigital-muenchen@iqm.de

## iq digital Newsletter

### iq media marketing gmbh

Kasernenstraße 67  
D-40213 Düsseldorf  
Telefon 0211 887-1577/2626  
Telefax 0211 887-2656  
E-Mail sabine.sauer-kielmann@iqm.de

## iq digital

### iq media marketing gmbh

Kasernenstraße 67  
40213 Düsseldorf  
Telefon 0211 887-2626  
Telefax 0211 887-2656  
E-Mail iqdigital@iqm.de

## Produktmanager zeit.de

### iq media marketing gmbh

Speersort 1 / Pressehaus  
D-20095 Hamburg  
Telefon 040 3280-5779  
Telefax 0211 887-97 8519  
E-Mail kiki.thaerigen@iqm.de

## Technischer Service iq digital

### iq media marketing gmbh

Telefon 0211 887-2649  
E-Mail banner@iqm.de

## Ausland

### iq media marketing gmbh

Kasernenstraße 67  
D-40213 Düsseldorf  
Telefon 0211 887-1330  
Telefax 0211 887-97 1330  
E-Mail nicole.petry@iqm.de

## Österreich

Verlagsgruppe Handelsblatt Österreich

### iq media marketing gmbh

Johannesgasse 2/2/24  
1010 Wien  
Telefon 01 5132390  
Telefax 01 5132390-88  
E-Mail michal.schachinger@iqm.de

## Schweiz

### Top Media Sales gmbh

Chamerstrasse 56  
6500 Zug  
Telefon 041 7105701  
Telefax 041 7105703  
E-Mail walter.vonsiebenthal@topmediasales.de

