



**Weihnachtsaktion 2017**  
**Berliner Morgenpost**

Stand 31.08.2017

**Berliner  Morgenpost**  
DAS IST BERLIN

# Es weihnachtet sehr...

## Die Weihnachtsaktion der Berliner Morgenpost



Wenn es beginnt nach Lebkuchen, Spekulatius und brennendem Kaminholz zu duften, dann ist das besinnlichste Fest des Jahres nicht mehr weit entfernt. Und da es kaum etwas Schöneres gibt, als der Familie und Freunden mit tollen Geschenken ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern, bieten wir Ihnen mit unserer Weihnachtsaktion das perfekte Umfeld, um Ihre Produkte mit einer hohen Sichtbarkeit unseren Nutzern und Ihrer Zielgruppe zu präsentieren.

### Kampagnenzielgruppe:

- Berlinerinnen und Berliner
- Familien
- Jung und Alt

### Zielsetzung:

- Verbreitung Ihrer Ideen und Produkte für das Weihnachtsfest bei unseren Nutzern – Ihrer Zielgruppe!

**Kampagnenzeitraum:** Oktober - Dezember 2017

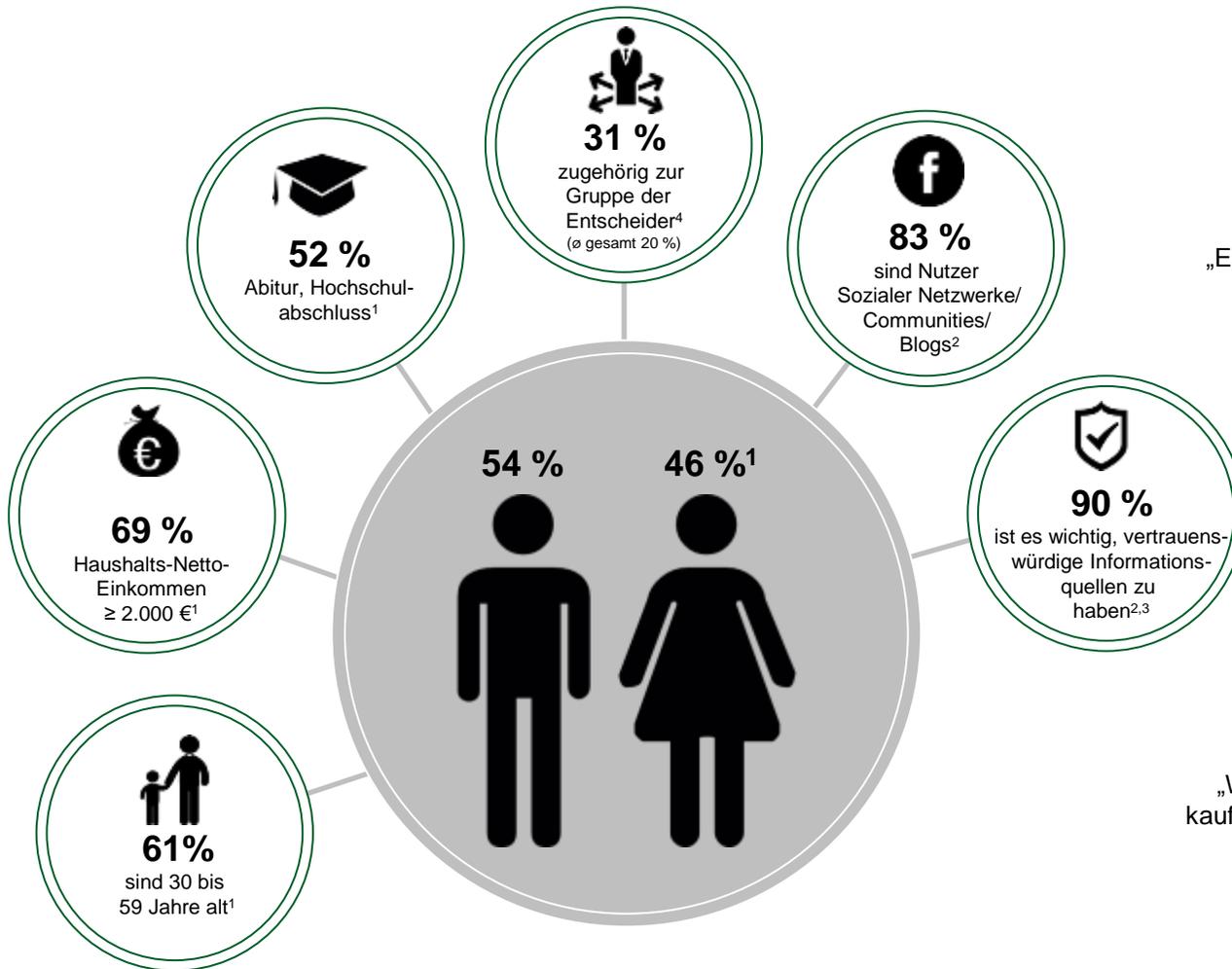


Berliner  Morgenpost

DAS IST BERLIN

# Zielgruppen-Demografie

## Berliner Morgenpost Digital



**68 %<sup>3</sup>**  
„Es ist mir wichtig, viel mit der Familie gemeinsam zu unternehmen.“



**82 %<sup>3</sup>**  
„Wenn ich nach Hause komme, möchte ich Glück und Geborgenheit erleben.“

**69 %<sup>3</sup>**  
„Wenn man bekannte Markenartikel kauft, kann man sicher sein, dass man gute Qualität bekommt.“



<sup>1</sup> AGOF digital facts Juli 2017; Basis: 14+ Jahre, Berliner Morgenpost Online und Mobil; <sup>2</sup> b4p 2016 III, Gesamt; Berliner Morgenpost Online und Mobil (NpM); <sup>3</sup> Zustimmung: Trifft voll und ganz/eher zu; <sup>4</sup> Entscheider: Selbstständige, Freiberufler, leitende/qualifizierte Angestellte, Beamte im höheren/gehobenen Dienst

# Berliner Morgenpost Weihnachtsaktion

## Übersicht Angebotsbausteine



<b>Digital</b>	I. Native Ad inklusive Facebook-Posts
	II. Adventskalender
<b>Optional: Print</b>	Magazin „Weihnachten genießen“



# Berliner Morgenpost Weihnachtsaktion

## I. Native Ad inklusive Facebook-Posts



Über ein Native Advertising wird Ihr Artikel in den redaktionellen Content der Berliner Morgenpost eingebunden.

- Der Artikel-Inhalt sowie die Teaserfläche des Native Ads werden im Look & Feel eines redaktionellen Beitrags beworben.
- Durch die Kennzeichnung als „Anzeige“ wird auf den werblichen Charakter dieses Native Ads hingewiesen.
- **Empfehlung:** Erzählen Sie eine Geschichte! Vordergründig sollten Produkte, Veranstaltungen, Dienstleistungen oder ähnliches in den Artikel einfließen. Die Marke rückt hierbei in den Hintergrund und wird unterbewusst dem User näher gebracht.

**Bewerbung mithilfe der großen Reichweite des Berliner Morgenpost Facebook-Profiles und deren Fan-Gemeinde.**

- Große Reichweite bei einer jungen Zielgruppe mit derzeit **über 215.107** „Gefällt mir“<sup>1</sup> – Angaben der Berliner Morgenpost.
- Sponsored Posts werden im privaten Newsfeed der Freunde der Berliner Morgenpost Fan-Gemeinschaft angezeigt.
- Absender der Sponsored Posts ist die Berliner Morgenpost.
- Targeting möglich: Standort, Alter, Geschlecht.
- Multichannel-Auspielung des Posts auf dem Desktop, Mobil und in der facebook App.



Beispiel Sponsored Post



<sup>1</sup> <https://www.facebook.com/morgenpost/>, Stand: 21.08.2017

# Berliner Morgenpost Weihnachtsaktion

## II. Adventskalender - Ihr Geschenk an unsere Leser auf morgenpost.de

### Präsentieren Sie Ihre Marke und Ihre Produkte im Online-Adventskalender der Berliner Morgenpost

- Vom 1. bis zum 24. Dezember 2017 öffnet sich täglich ein Türchen im Online-Adventskalender auf [morgenpost.de/adventskalender](http://morgenpost.de/adventskalender).
- Hinter Ihrem Türchen verbirgt sich eine Seite mit Ihrer Produktvorstellung und Ihrem Gewinnspiel.
- Nutzen Sie die hohe Sichtbarkeit des Online-Adventskalenders auf [morgenpost.de](http://morgenpost.de).
- Erreichen Sie eine stark an Gewinnspielen interessierte Zielgruppe.

### Profitieren Sie von der großen crossmedialen Reichweite der Berliner Morgenpost

- Attraktives crossmediales Paketangebot.
- Dauerhafte Präsenz und hohe Sichtbarkeit Ihrer Marke auf der Aktionsseite durch Logo-Platzierung.
- Zusätzliche Bewerbung des Adventskalenders mit Eigenanzeigen in der Berliner Morgenpost und Online durch tägliche Bannereinbindung mit Verlinkung zur Aktionsseite.
- Optimale Ausspielung auf Desktop, Tablet und Mobil.

Wird eine kundenbezogene Frage richtig beantwortet, können sich die Benutzer für die Teilnahme an dem Gewinnspiel registrieren. Der Benutzer erhält eine E-Mail mit einem Bestätigungslink, um seine Anmeldung zu bestätigen. Eine Auswahl der Gewinner (max. 15) werden Ihnen für die Gewinnabwicklung zur Verfügung gestellt.



Beispiel Online-Adventskalender 2016



# Berliner Morgenpost Weihnachtsaktion

## II. Ihr Weihnachtspaket – crossmediale Reichweite



**Paketpreis**  
nur 1.200 €<sup>1</sup>



### Aufmerksamkeitsstarker Tagestipp-Stopper mit Ihrem Logo in der Berliner Morgenpost

Erscheinungstermin: am Tag Ihres Kalendertürchens  
 Platzierung: tägliche BERLIN HEUTE-Seite in der Berliner Morgenpost und der Berliner Morgenpost Kompakt<sup>2</sup>  
 Werbeform: Tagestipp-Stopper  
 Format /Farbigkeit: B 57,5 mm x H 35 mm / 4c

### Online-Adventskalender

- Ihr Gewinnspielfeld im Online-Adventskalender auf [morgenpost.de/adventskalender](http://morgenpost.de/adventskalender)
- Verlosung Ihres Gewinns auf der Aktionsseite
- Prominente dauerhafte Logoeinbindung auf der Aktionsseite

<sup>1</sup> Im Paket ist der Tagestipp-Stopper auf der täglichen BERLIN LIVE-Seite im Wert von 199,00 € (Mo.–Fr.) oder 267,00 € (Sa.–So.) enthalten. Der übrige Paketbestandteil bezieht sich auf die Onlineleistung des Adventskalenders. Der Preis ist AE-fähig und gilt zzgl. MwSt.

<sup>2</sup> In der Berliner Morgenpost von Mo.–So. und in der Berliner Morgenpost Kompakt von Mo.–Fr.

**Berliner Morgenpost**

DAS IST BERLIN

# Weihnachten genießen – das Magazin der Berliner Morgenpost

Buchen Sie optional Ihre Anzeige im Print dazu

## Präsentieren Sie sich in diesem erstklassigen Umfeld!

Der Duft von Lebkuchen und Glühwein deutet an: die Weihnachtszeit naht. Potentielle Kunden suchen nach Geschenken und neuen Anreizen für das diesjährige Fest. „Weihnachten genießen“ bietet Ihnen durch spannende Feiertagsthemen einen aufmerksamkeitsstarken, redaktionellen Rahmen für Ihre Botschaft an Ihre Kunden.

## Wecken Sie die Neugier potenzieller Kunden auf Ihre Angebote!

Das Magazin „Weihnachten genießen“ wird mit einer Reichweite von 1,22 Mio. Berlinern und Brandenburgern<sup>1</sup> der Berliner Morgenpost beigelegt und über den Lesezirkel verteilt. So erreicht das Magazin unsere Abonnenten und weitere themeninteressierte Berliner und Brandenburger.

## Präsentieren Sie sich jetzt in diesem hochwertigem Umfeld.

**Medium:** Magazin „Weihnachten genießen“  
**Beilegung:** Berliner Morgenpost und Berliner Morgenpost Kompakt  
**Erscheinungstag:** 24.11.2017  
**Format:** 1/4-Seite hoch ( B 95 mm x H 145 mm)



Anschauungsbeispiel

<sup>1</sup> 1 Quelle: b4p 2016 III, Gebiet Berlin/Brandenburg; Crossmediale Nettoreichweite je Magazin der Berliner Morgenpost: Trägermedium Berliner Morgenpost (Print): LpA; Berliner Morgenpost Online: NpW; Berliner Morgenpost Mobil: NpW; Potenzial Lesezirkel: LpA

# Berliner Morgenpost Weihnachtsaktion

## Aktionsübersicht

Bausteine	Medium	Umfang/ Format	Laufzeit/ ET	Preis Brutto	Rabatt	Preis Netto
Native Advertising (Artikel plus Teaser)	Morgenpost.de	Festplatz	1 Woche <sup>1</sup> (01.11.2017 bis 31.12.2017)			1.800,00 €
Sponsored Post	Facebook	1 Post	1 Woche <sup>1</sup> (01.11.2017 bis 31.12.2017)			1.000,00 €
Aktion Adventskalender	Morgenpost.de+ Stopperanzeige Berliner Morgenpost	1 Türchen <sup>1</sup>	01.12.2017 bis 24.12.2017			1.200,00 €
				<b>Gesamt:</b>		<b>4.000,00 €</b>
				Abzüglich 40% Rabatt:		1.600,00 €
				<b>Weihnachtsaktions-Preis</b>		<b>2.400,00 €</b>

### Optional Print:

Bausteine	Medium	Umfang/Format	Laufzeit/ET	Preis Brutto	Rabatt	Preis Netto
Magazin „Weihnachten genießen“	Berliner Morgenpost	1/4-Seite ( B 95 mm x H 145 mm)	24.11.2017	2.218,00 €	20 %	1.774,40 €

<sup>1</sup>Platzierung nach Verfügbarkeit

# Berliner Morgenpost Weihnachtsaktion

## Kontakt und AGB

### Thalia Rahman

Leitung Digital Sales

Tel. 030 8872-77624

thalia.rahman@morgenpost.de

### Katja Detzner

Digital Sales

Tel. 030 8872-77605

katja.detzner@morgenpost.de

### Postanschrift

Berliner Morgenpost GmbH

Kurfürstendamm 22

10719 Berlin

### Anzeigenaufträge an:

anzeigenservice@morgenpost.de



Es gelten die AGB Print und Digital der Berliner Morgenpost GmbH sowie die aktuelle Preisliste nebst Ergänzungen. [www.morgenpost.de/agb](http://www.morgenpost.de/agb).  
Alle Preise zzgl. MwSt.

Die Belegungseinheit Berliner Morgenpost Mo.–Fr. ist die Berliner Morgenpost und die Berliner Morgenpost Kompakt mit zwei Formaten (Formate siehe aktuell gültige Preisliste Berliner Morgenpost). Das gilt für Montag bis Freitag. Anzeigen, Sonderthemen, Rubrikenmärkte und Magazine werden in der Belegungseinheit in beiden Formaten veröffentlicht.

Die Belegungseinheit Berliner Morgenpost Sa.–So. ist die Berliner Morgenpost mit einem Format. Das gilt für Samstag und Sonntag. Anzeigen, Sonderthemen, Rubrikenmärkte und Magazine werden in der Belegungseinheit veröffentlicht.

Icons bereitgestellt von Freepik über [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com).

