

Wie funktioniert die Zusammenarbeit mit einer Vermarktungsagentur?



Die CommonMedia GmbH

Der Spezialist für die Zielgruppen  
FRAUEN & FAMILIE & KINDER

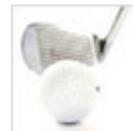
## Wer ist CommonMedia?

Seit 13 Jahren steht CommonMedia für inhaltsnahe und zielgruppenaffine Online-Werbung. Wir sind kein Netzwerksvermarkter sondern erarbeiten als Mittler zwischen Kunde und Webseite, für eine zielführende Kampagne, die zum Kunden und zum User passt. Dabei fließen sämtliche Möglichkeiten der Interaktion zu individuellen Paketen zusammen.

Unser Portfolio ist besonders stark in der Zielgruppe der Familien. Als erster Vermarkter Deutschlands konzentrierte sich die CommonMedia bereits 2001 auf Titel, die Familien interessieren. Darüber hinaus bietet das Portfolio Hochzeitstitel, Frauenwebseiten mit den Themen Lifestyle, Mode, Finanzen oder Selbstcoaching sowie Seniorenportale und Weihnachtstitel.

Die CommonMedia GmbH vermarktet insgesamt 7 Verlage, betreibt ein eigenes Vertikal [amicella.de](http://amicella.de), entwickelt innovative und überzeugende Werbeformate und beschäftigt 10 Mitarbeiter.

Sitz der Gesellschaft ist Hamburg.



## Key Facts CommonMedia

- Spezialist für Online Marketing Familien seit 2001
- Betreiber des Vertikals amicella.de mit 4,55 Mio. Unique Usern (AGOF)
- Exklusiver Vermarkter des in 24 Ländern vertretenen und in UK führenden Familienportals BabyCenter (D.A.CH)
- Vermarktung von über 60 Webseiten



## Themenübersicht

### Was macht ein Vermarkter?

- Dienstleister für Webseite und Kunden
- Agenturkunde
- Direktkunde
- Kampagnenabwicklung

### Welche Voraussetzungen müssen für die Vermarktung erfüllt sein?

- Reichweite
- Technische Voraussetzungen

### Welche Werbemöglichkeiten gibt es?

- Beispiele & Erklärungen

### Welche Abrechnungsmodelle gibt es?

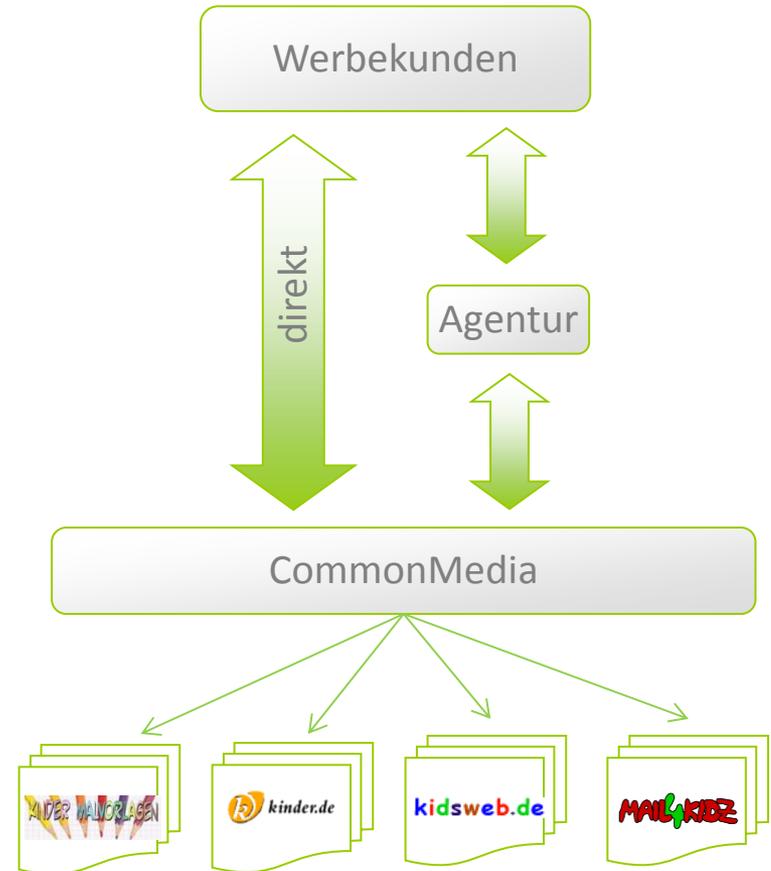
### Wie funktioniert der Onlinewerbemarkt?

### Fragen und Antworten...



## Was macht ein Vermarkter?

- Dienstleister für die Webseite
- Akquise von Werbekunden
- Vermittlung und Abschluss von Verträgen über Werbeschaltungen
- Innovative und angepasste Werbekampagnen für Kunden erstellen
- Support der Webseite bei technischen Problemen
- Erstellung von Rechnungen über gebuchte Werbeschaltungen
- Abrechnung mit dem Betreiber der Webseite



## Was macht ein Vermarkter?

*...und warum macht man die Vermarktung nicht alleine?*

1. Erstellung von Angeboten
2. Kampagne wird seitens der Agentur/ Direktkunden gebucht
3. Erfassung des Auftrags
4. Erstellung der Auftragsinformationen für die Webseite/Webseiten
5. Erfassung aller Daten für das Admanagement und die Buchhaltung
6. Anfordern der Werbemittel bei der Planungsagentur/Kreativagentur
7. Einbau und Prüfung der Werbemittel
8. Erstellung von Screenshots nach Kampagnenstart
9. Erstellung der Rechnungen
10. Erstellung und Versendung von wöchentliches Reporting an die Agentur/Kunden
11. Optimierung während der Kampagne auf Performance
12. Abstimmung der Reportings mit den Agenturzahlen
13. Erstellung der Gutschriften für die Seitenbetreiber und entsprechende Überweisung

Welche Voraussetzungen müssen für die Vermarktung erfüllt sein?



- Angebotserstellung
- Relevanz der Seite
- Affinitätsindex der Seite
- Zielgruppe der Seite
- Bündelung von Websites

## Welche Voraussetzungen müssen für die Vermarktung erfüllt sein?

### *Technische Voraussetzungen*

- Integration der Werbemittel
- Werbemittel im direkt sichtbaren Bereich
- Implementierung von Ad TAGs

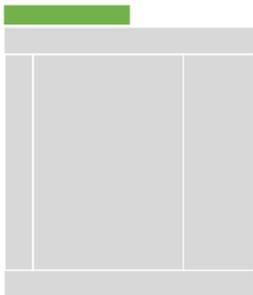
## Welche Werbemöglichkeiten gibt es?

- Standard-Werbemittel
- Sponsorings - auch mit Hilfe von Werbemitteln
- Special – zum Beispiel zum Thema Jahreszeiten oder besondere Events
- Service – Onlinespiele, E-Cards, Ausmalbilder
- Interaktionen – Umfragen, Gewinnspiele, Fotowettbewerbe

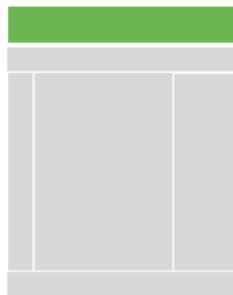
## Welche Werbemöglichkeiten gibt es?

### Standard Werbemittel

Merkmal: Keine Überlagerung des Content



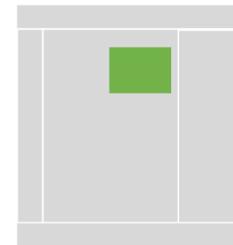
**Fullsize Banner**  
468x60px



**Superbanner**  
728x90px



**Skyscraper**  
120x600px



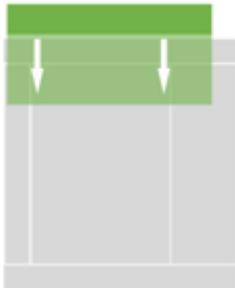
**Content Ad**  
300x250px

Grundsätzlich ist die Zentrierung der Website von Vorteil

## Welche Werbemöglichkeiten gibt es?

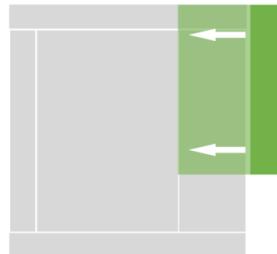
### Expandable Standard Werbeformen

Merkmal: Interaktion/Hohe Aufmerksamkeit



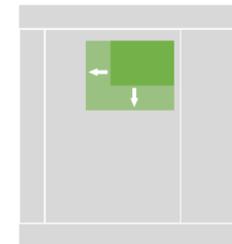
**Expandable Superbanner**

728x90px auf 728x300px



**Expandable Skyscraper**

160x600px auf 400x600px



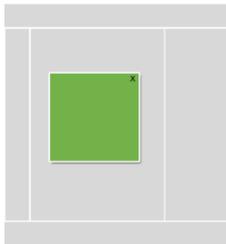
**Expandable Content Ad**

300x250px auf 400x400px

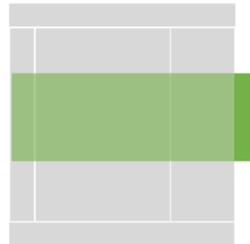
## Welche Werbemöglichkeiten gibt es?

### Sonderwerbeformen

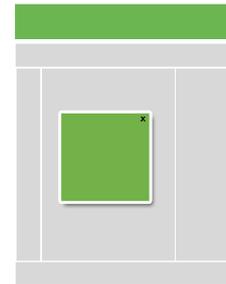
Merkmal: Überlagerung des Contents/Hohe Aufmerksamkeit



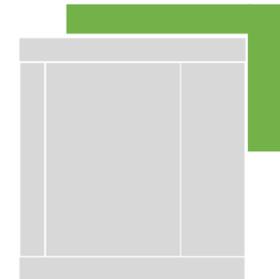
**Layer Ad**  
400x400px



**Banderole Ad**  
770x250px



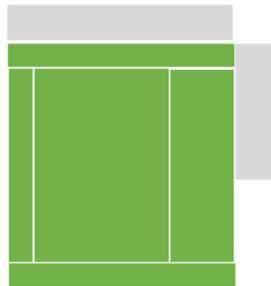
**Tandem Ad**  
729x690px  
und  
400x400px



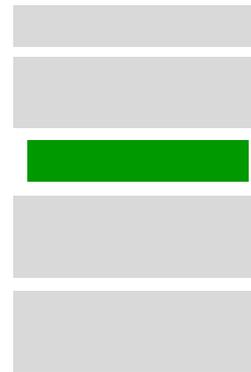
**Hockeystick**  
728x900px  
und  
200x600px

## Welche Werbemöglichkeiten gibt es?

### Advertorials // Newsletter Anzeigen



**Advertorial o .Gewinnspiel**  
Bild/Text Teaser + Microsite



**Newsletter Anzeige**  
Bild/Text Teaser oder Banner

# Welche Werbemöglichkeiten gibt es?

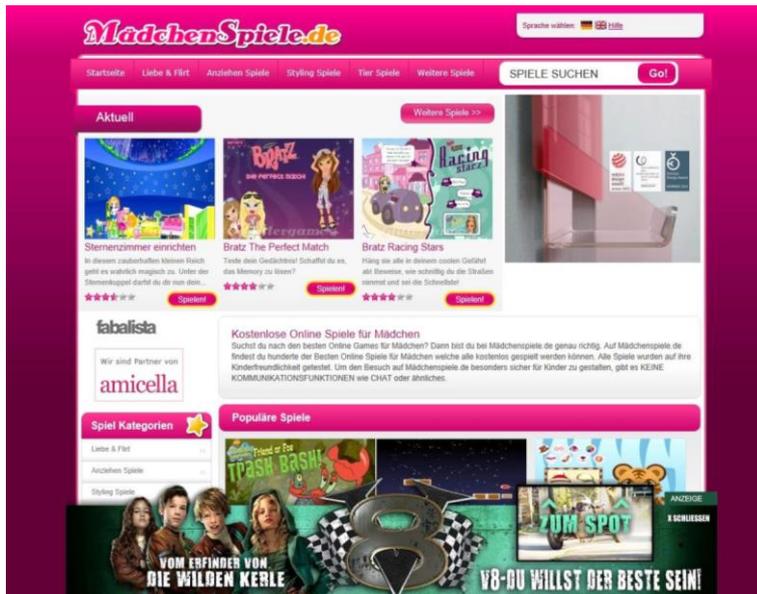
...Beispiele

The screenshot shows a website with a blue sky background. At the top left, there is a LEGO Duplo logo and a button that says "Entdecke die neue Vielfalt!". Below this is a "Familienkultur" section featuring a photo of a child jumping. To the right of the photo is a calendar for October 2011 with a grid of dates. Below the calendar are several navigation tabs: "Kinderkultur", "Kultur", "Natur", "Hobbyhobby", "Parks & Ziere", "Sport & Spiel", "Technik", "Winter aktiv", and "Wohnen". Below these tabs is a "Start" section with a "FAMILIENKULTUR" heading. There are three main ad spots: 1) A banner ad for "CHUGGINGTON SPIELSETS VON TOMY" with a photo of the toys. 2) A smaller ad for "EINFACH MAL ABSCHALTEN - ENTSPANNUNG FÜR MUTTER" with a photo of a woman. 3) A sidebar ad for "amicella Network" with a "Profilzahlen Suchen" search bar and a list of categories like "Kindergartentag", "Natur", "Parks und Ziere", etc.

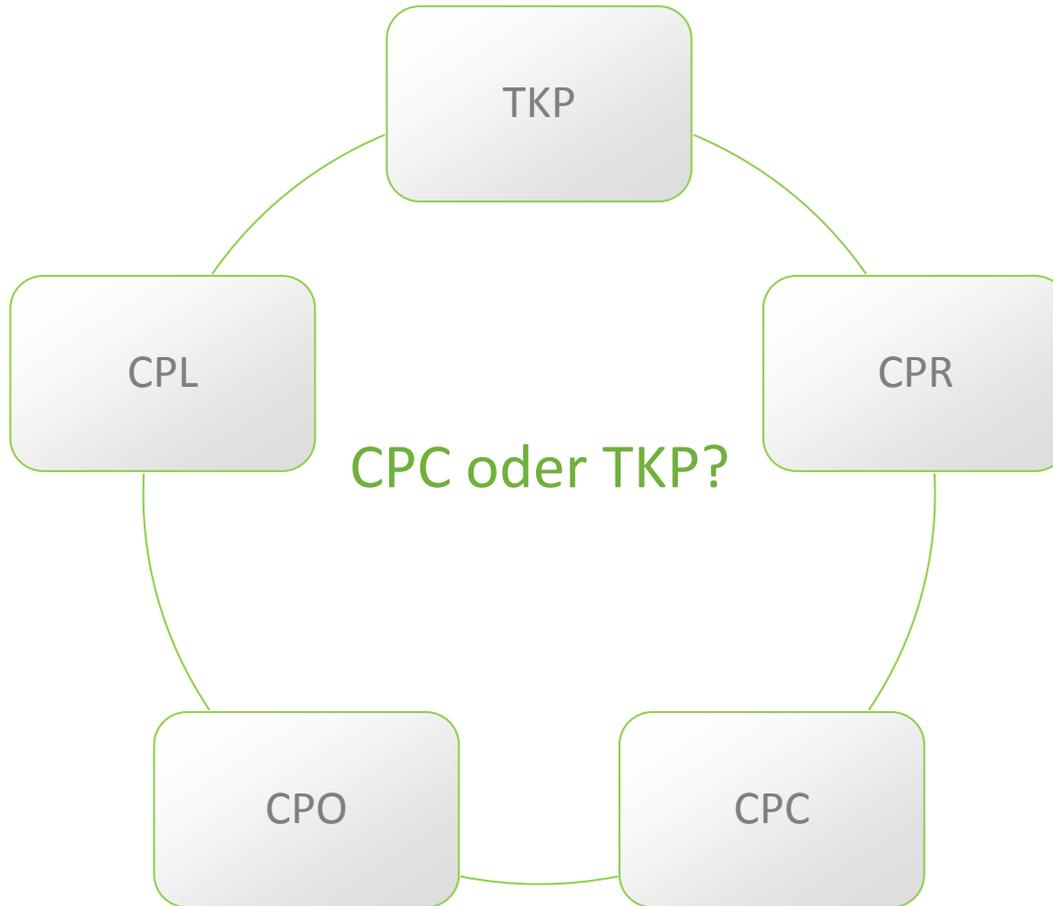
The two screenshots show a login page for "MAIL KIDZ". The top screenshot shows the login form with fields for "Spitzname:" and "Kennwort:", a "Login" button, and links for "Neu registrieren" and "Kennwort vergessen". The bottom screenshot shows the same login form but with a large, bright, glowing image of a child's face appearing below the form. The website has a red background and a navigation bar at the top with icons for "Mail", "Suchkarten", "Nachrichten", "Planwand", "Games4Kids", and "Wiki". On the right side, there are vertical banners for "DAS VERRÜCKTE ZOO-SPIEL" and "700 MUMBA" with the text "JETZT KOSTENLOS MITSPIELEN".

## Welche Werbemöglichkeiten gibt es?

...Beispiele



## Welche Abrechnungsmodelle gibt es?



## Kinder als Zielgruppe?



- ✓ Kinder haben selbst eine hohe Kaufkraft
- ✓ Kinder beeinflussen die Kaufentscheidung der Familie
- ✓ Kinder haben noch eine lange Konsumentenkarriere vor sich

### Die größten Werbetreibenden Deutschlands mit der Zielgruppe u.a. Kinder

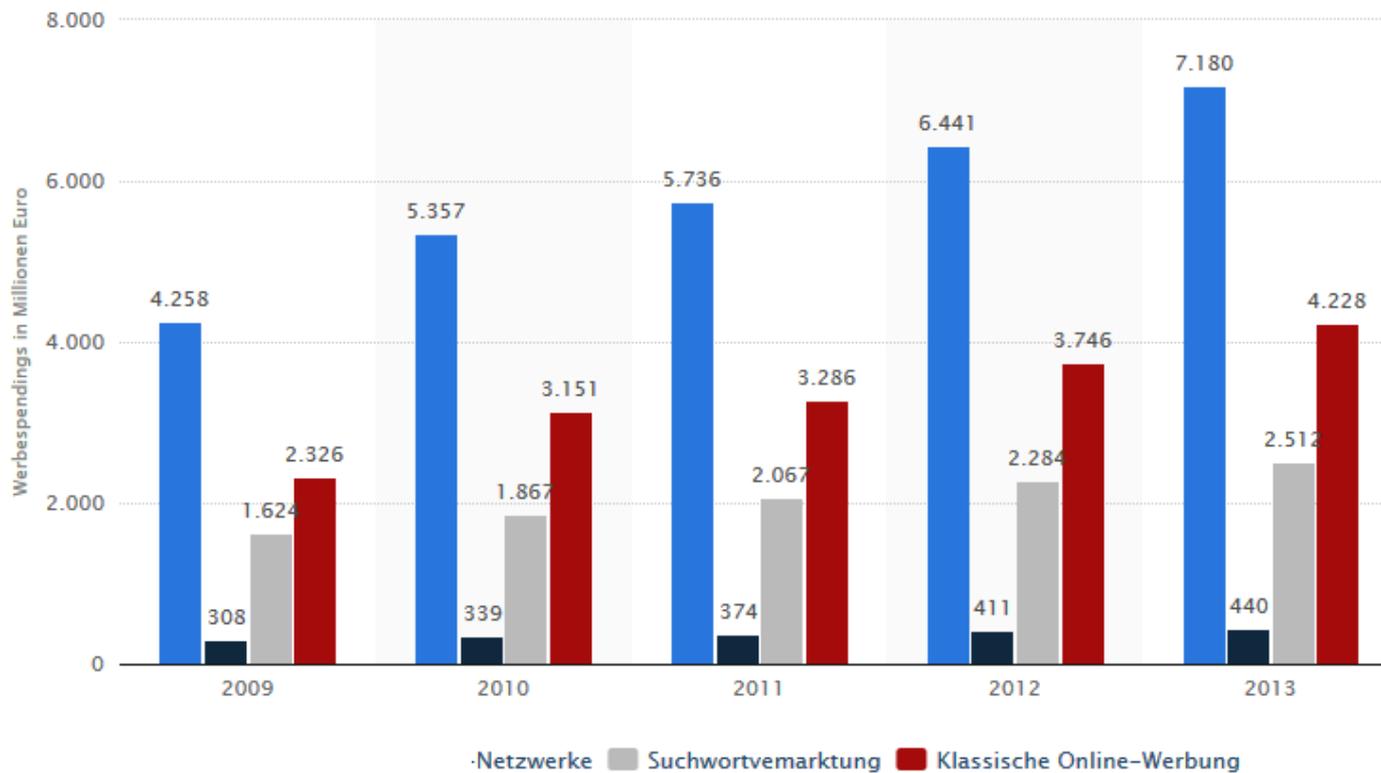
#### Auf Platz 2 in 2013: Ferrero

Der italienische Süßwarenhersteller **Ferrero** stockte seine **Werbeausgaben** auf inzwischen **413,9 Millionen Euro** auf. Fernsehen bleibt die wichtigste Sparte, aber **41 Millionen** wurden im **Internet** investiert. Im Vergleich dazu in 2012 nur 29,1 Millionen

Bildquelle: Ferrero, Statistik: statista

## Wie wird online geworben?

Online-Werbeausgaben gesamt in Deutschland von 2009 bis 2012 und Prognose für 2013 (in Millionen Euro)



Quelle:

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Patricia Eggebrecht  
Geschäftsführerin der CommonMedia GmbH

#### KONTAKT

CommonMedia GmbH  
Spadenteich 4-5  
20099 Hamburg

Telefon: 040 – 25 30 659-60  
Email: [info@commonmedia.de](mailto:info@commonmedia.de)