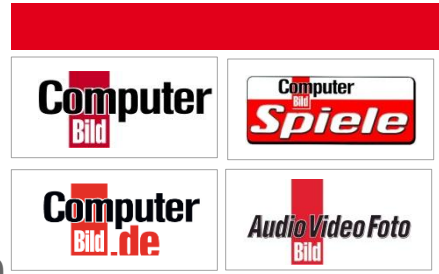


**Crossmedia
COMPUTER BILD-Gruppe**

axel springer ■
media impact



Die COMPUTER BILD-Gruppe

Zeitschriften, Online und Mobil unter einem starken Dach



COMPUTER BILD

Europas größte EDV- und Handyzeitschrift

Verkaufte Auflage:
568.482 Expl.

Reichweite:
4,33 Mio. Leser



COMPUTER BILD SPIELE

Europas größtes Spiele-Magazin

Verkaufte Auflage:
219.672 Expl.

Reichweite:
2,06 Mio. Leser



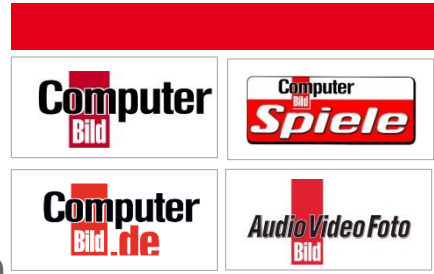
AUDIO VIDEO FOTO BILD

Europas größtes Testmagazin für Unterhaltungs-Elektronik

Verkaufte Auflage:
142.624 Expl.

Reichweite:
0,67 Mio. Leser

Quellen: IVW III/2011, ma 2011 Presse II



Die COMPUTER BILD-Gruppe

Zeitschriften, Online und Mobil unter einem starken Dach



computerbild.de

Starkes Technik-Portal
im deutschen Netz

Visits:

46.895.539

Unique User:

11,20 Mio.



mobil.computerbild.de
Der Technik-Ratgeber für
die Hosentasche

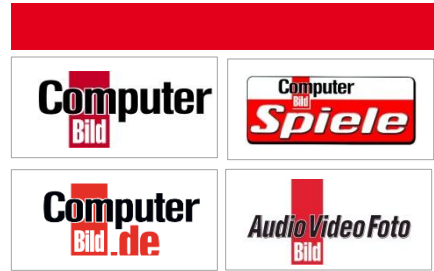
PageImpressions:

794.406

Visits:

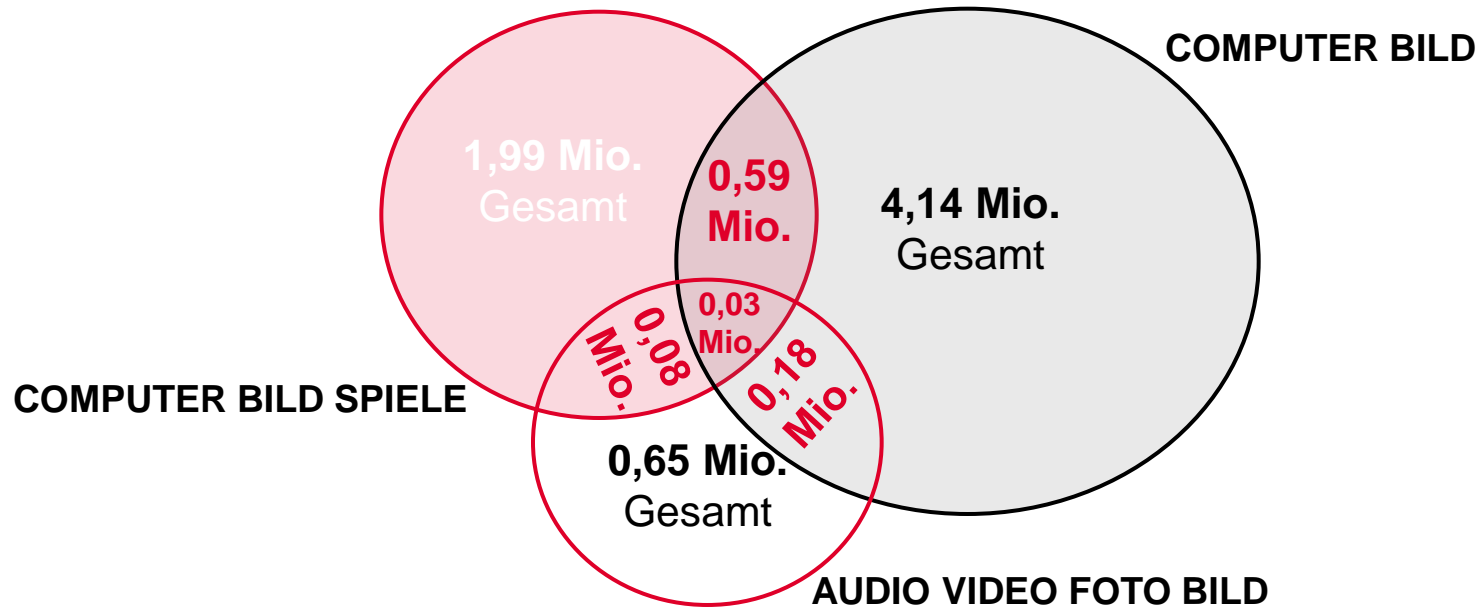
146.088

Quellen: IVW 11/11, AGOF internet facts 2011-09, Basis: Internetnutzung i. d. l. drei Monaten (Onliner-WNK); Eigene Erhebung (nedstat), November 2011



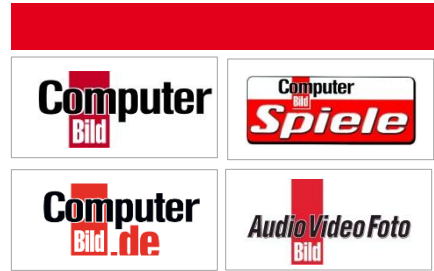
Überschneidung der Leser

COMPUTER BILD-Gruppe

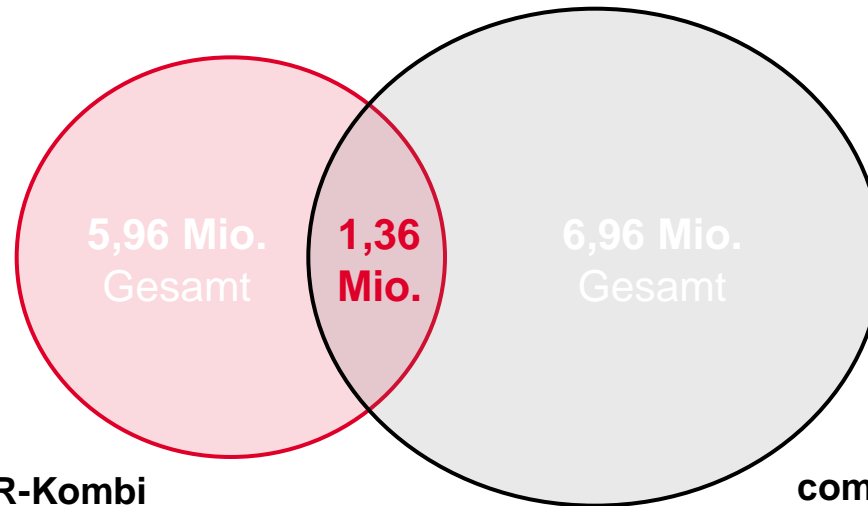


Gesamt-Reichweite (netto): 5,96 Mio. Leser
4,79 Mio. Männer

Quelle: VA 2010 Klassik III, LpA COMPUTER BILD; LpA COMPUTER BILD SPIELE; LpA AUDIO VIDEO FOTO BILD



Überschneidung der Leser und User COMPUTER BILD-Gruppe Print und Online



AS-TOP-MÄNNER-Kombi
(COMPUTER BILD/
COMPUTER BILD SPIELE/
AUDIO VIDEO FOTO BILD)

computerbild.de

Gesamt-Reichweite (netto): 11,56 Mio. Leser und Nutzer
8,05 Mio. Männer

Quelle: VA 2010 Klassik III, LpA AS-Top-Männer-Kombi; NpM computerbild.de, Vollbelegung



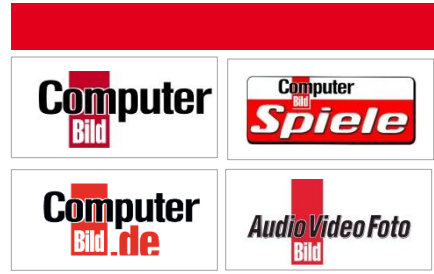
Kombinationsbuchung Print und Online

Zeitgleiche Buchungen = additive Rabatte



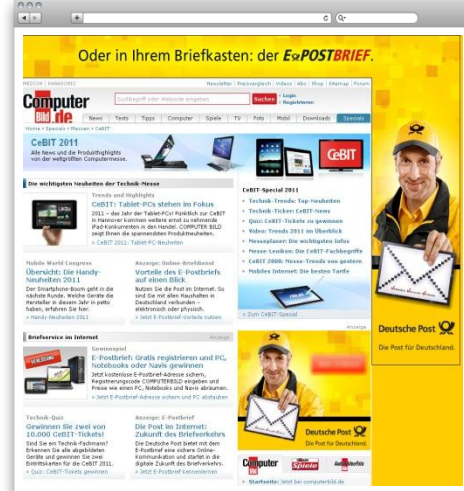
Voraussetzungen:

- Zeitgleiche Buchung in Print und Online; gleicher Kampagnen-Zeitraum (+/- 2 Wochen)
- Bewerbung desselben Produktes
- Rabatt gilt additiv für Print sowie Online auf bestehende Mengenrabatte lt. Preisliste
- Kann nicht mit anderen Sonderrabatten kombiniert werden
- Umsätze/Volumina sind in Print und Online separat voll abschlussfähig und werden separat berechnet



Specials

Individuelle Lösungen für eine starke Einbindung



Redaktionelles Special

- 100% redaktionelle Inhalte
- Trafficzuführung über redaktionelle Teaser* und Werbemittel des Kunden
- Exklusive Präsenz (Special)

Mixed Special

- bis zu 50% Kunden-Inhalte
- Trafficzuführung über redaktionelle Teaser* und Werbemittel des Kunden
- Exklusive Präsenz (Special)

Advertorial

- 100% Kunden-Inhalte
- Trafficzuführung über Werbemittel des Kunden
- Exklusive Präsenz (Special)

* Art und Umfang obliegt der Online-Redaktion und ist eine freiwillige Leistung

1 Print-Verlängerung von Online-Specials

Advertorial-Anzeige, aufs Online-Special verweisend

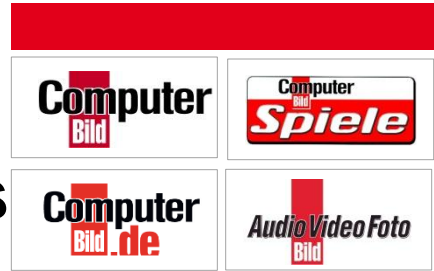


- Aufmerksamkeit der COMPUTER BILD-Leserschaft wird aufs Online-Special gelenkt
- Die Anzeige verweist aufs Online-Special inkl. Aktion bei computerbild.de
- Reichweitensteigerung durch parallele Belegung von Print und Online

40% Rabatt auf die Print-Anzeige

Voraussetzungen:

- Nur in Kombination mit einem Online-Special bei computerbild.de buchbar!
- Mindestformat der Anzeige: 1/2 Seite
- Bereits bestehende Mengen-/Mal-Rabatte aus lfd. Abschlüssen entfallen
- AE-Provision wird gewährt; Anzeigen werden in lfd. Abschlüsse mit einberechnet
- Zzgl. Produktionskosten für die Advertorial-Anzeige in Höhe von ca. 1.000,- €
- Zustimmung der Chefredaktion erforderlich



2 Print-Verlängerung von Online-Specials

Advertorial-Anzeige co-branded mit computerbild.de

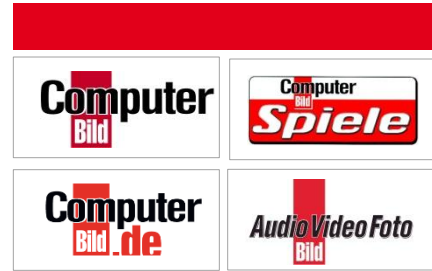


- Die COMPUTER BILD-Gruppe gestaltet in Abstimmung mit dem Kunden die Advertorial-Anzeige mit Inhalten aus dem Online-Special
- Redaktionelle Inhalte basieren und verweisen aufs Online-Special bei computerbild.de
- Bis zu 50% der Inhalte können vom Kunden geliefert werden (Anzeigenkennzeichnung)

40% Rabatt auf die Print-Anzeige

Voraussetzungen:

- Nur in Kombination mit einem Online-Special bei computerbild.de buchbar!
- Mindestformat der Anzeige: 1/1 Seite
- Bereits bestehende Mengen-/Mal-Rabatte aus lfd. Abschlüssen entfallen
- AE-Provision wird gewährt; Anzeigen werden in lfd. Abschlüsse mit einberechnet
- Zzgl. Produktionskosten für die Advertorial-Anzeige in Höhe von ca. 1.000,- €
- Freigabe durch Online-Redaktion erforderlich

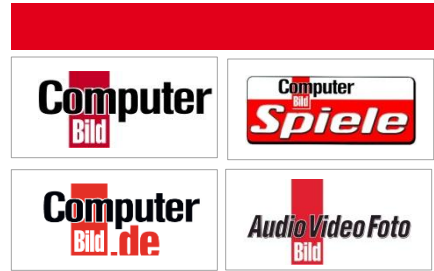


Die Vorteile...

... einer crossmedialen Präsenz

- Ansprache von mehr potenziellen Käufern durch Erhöhung der Nettoreichweite
- Steigerung der Werbeerinnerung und Aufmerksamkeit durch Zielgruppenansprache über zwei Medienkanäle
- Übertragung des Print-Rabatts auf Online-Buchungen innerhalb eines Abschlusszeitraumes
- Möglichkeit von zusätzlichen Rabatten zu profitieren





Ansprechpartner

Ansprechpartner Print

Fachkunden bundesweit

Tobias Emmer

Stellv. Anzeigenleitung

Telefon: 040 - 3 47 2 43 93

E-Mail: tobias.emmer@axelspringer.de

Nord, Ost, West

Tatjana Kopácsy

Anzeigenverkaufsleitung

Telefon: 040- 3 47 2 41 30

E-Mail: tatjana.kopacsy@axelspringer.de

Mitte, Süd-West

Anja Väterlein

Anzeigenverkaufsleitung

Telefon: 040 - 3 47 2 66 14

E-Mail: anja.vaeterlein@axelspringer.de

Carola Günther

Teamassistentin

Telefon: 040 347- 285 18

E-Mail: carola.guenther@axelspringer.de

Peter Hoffmann

Anzeigenleitung Männermedien

Telefon: 040 - 3 47 2 58 09

E-Mail: peter.hoffmann@axelspringer.de

Ansprechpartner Online

Südwest

Karsten Kaufmann

Stellv. Leitung Objektmanagement computerbild.de

Telefon: 040 - 3 47 2 20 67

E-Mail: karsten.kaufmann@axelspringer.de

West

Nina Andersen

Managerin Marketing computerbild.de

Telefon: 040 - 3 47 2 22 00

E-Mail: nina.andersen@axelspringer.de

Süd, Ausland

Anna Metzner

Junior Managerin Marketing computerbild.de

Telefon: 040 - 3 47 2 22 01

E-Mail: anna.metzner@axelspringer.de

Nord, Ost

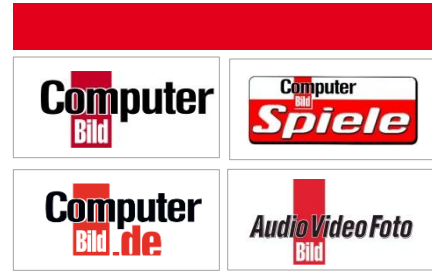
Michael Müller

Senior Manager Marketing computerbild.de

Telefon: 040 - 3 47 2 23 99

E-Mail: michael.mueller@axelspringer.de

Ansprechpartner



Sales-Online Sales

Marco Barei
Digital Sales

Tel: (030) 2591-79 163
Fax: (030) 2591-79 195
E-Mail: marco.barei@axelspringer.de

Integrated Sales

Tina Siebs
Digital Sales Region Nord / Hamburg
(Nielsen I)
Tel (040) 347 26135
Fax: (040) 347 26140
E-Mail: tina.siebs@axelspringer.de

Sven Heintges
Digital Sales Region West
(Nielsen II)
Tel: (0211) 1592-68 34
Fax: (0211) 1592-68 36
E-Mail: sven.heintges@axelspringer.de

Marc Lücke
Digital Sales Region Mitte
(Nielsen IIIa)
Tel: (069) 9623 85-31
Fax: (069) 9623 85-34
E-Mail: marc.luecke@axelspringer.de

Daniel Maubach
Digital Sales Region Süd
(Nielsen IV u. IIIb)
Tel: (089) 211 034 88
Fax: (089) 211 034 30
E-Mail: daniel.maubach@axelspringer.de

Daniel Papra
Digital Sales Region Ost
(Nielsen V - VII)
Tel: (030) 2591 79-021
Fax: (030) 2591 79-195
E-Mail: daniel.papra@axelspringer.de

Axel Springer Media Impact Axel-Springer-Straße 65 10888 Berlin



Ansprechpartner vor Ort

Axel Springer Media Impact

Region Nord / Hamburg, EDV- und Fachkunden

Thomas Knopp
Axel Springer AG
Axel Springer Media Impact
Axel-Springer-Platz 1
20350 **Hamburg**

Telefon: +49 (0) 40 347-2 98 25
Telefax: +49 (0) 40 347-2 81 60
Mail: thomas.knopp@axelspringer.de

Region Nord / Hannover

Karin Roschkowski
Axel Springer AG
Axel Springer Media Impact
Lister Str. 17
30163 **Hannover**

Telefon: +49 (0) 5 11 96 04-233
Telefax: +49 (0) 5 11 96 04-240
Mail: karin.roschkowski@axelspringer.de

Region Ost

Hannes Bergner
Axel Springer AG
Axel Springer Media Impact
Axel Springer Straße 65
10888 **Berlin**

Telefon: +49 (0) 30 25 91 71-575
Telefax: +49 (0) 30 25 91 71-579
Mail: hannes.bergner@axelspringer.de

Region West

Christian Kloppenburg
Axel Springer AG
Axel Springer Media Impact
Neuer Zollhof 1
40221 **Düsseldorf**

Telefon: +49 (0) 2 11 15 92 68-56
Telefax: +49 (0) 2 11 15 92 68-55
Mail: christian.kloppeburg@axelspringer.de

Region Mitte

Torsten Warg
Axel Springer AG
Axel Springer Media Impact
Mittlerer Hasenpfad 25
60598 **Frankfurt/Main**

Telefon: +49 (0) 69 96 23 85-24
Telefax: +49 (0) 69 96 23 85-33
Mail: torsten.warg@axelspringer.de

Region Süd-West

Daniel M. Seiler
Axel Springer AG
Axel Springer Media Impact
Zeppelinstraße 116
73730 **Esslingen**

Telefon: +49 (0) 7 11 31 99-127
Telefax: +49 (0) 7 11 31 99-130
Mail: daniel.seiler@axelspringer.de

EDV- und Fachkunden PLZ-Gebiet 2, 3, 4, 5

Barbara Krebs
Axel Springer AG
Axel Springer Media Impact
Axel-Springer-Platz 1
20350 **Hamburg**

Telefon: +49 (0) 40 3 47-2 85 17
Telefax: +49 (0) 40 3 47-2 44 04
Mail: barbara.krebs@axelspringer.de

Region Süd & EDV- und Fachkunden PLZ-Gebiet 6, 7, 8, 9

Dieter Müssigbrodt
Axel Springer AG
Axel Springer Media Impact
Isartorplatz 8
80331 **München**

Telefon.: +49 (0) 89 21 10 33 88
Telefax: +49 (0) 89 21 10 33 08
Mail: dieter.muessigbrodt@axelspringer.de