Kombi SPORT

Konzept

Axel Springer bündelt seine hochwertigen Sportinhalte in der Kombi SPORT. Mit insgesamt 7,52 Mio. Unique Usern[1] ist sie neben T-Online die größte Sport-Kombi Deutschlands.

Die Kombi SPORT besteht aus folgenden Belegungseinheiten:

- abendblatt.de / Sport
- autobild.de / Motorsport
- Bild.de / Sport
- bz-berlin.de / Sport
- hole-in-one-advertising (Golf-Vertical)
- morgenpost.de / Sport
- Sky.de
- sportbild.de
- welt.de / Sport

Zielgruppe[1]

- 75% sind Männer
- 48% sind zwischen 20 bis 39 Jahren alt
- 68% sind berufstätig
- 42% haben ein hohes Bildungsniveau (mind. Abitur/Fachabitur)
- 35% verfügen über ein HHNE Einkommen von 3.000 Euro und mehr

Die User weisen hohe Affinitäten in den folgenden Bereichen auf[2]:

Bereich:	Index:
PC Hardware+Zubehör	141
Computersoftware	140
Heimkinoanlagen	140
PC und Videogames	139
gebührenpflichtige Filme/ Musik aus dem Internet	137
Bier	130
Sportartikel	129
Geldanlagen, Aktien	128
Herrenbekleidung	127
Handytarife & -verträge	126

Kennzahlen (je Monat)[1]

Unique User: 7,52 Mio.

Preise und Formate 2012

Super Banner	Skyscraper	Med.-Rectangle	Ad Bundle	Halfpage Ad	Layer	Banderole Ad	Wallpaper	Expandable Ads
728x90	160x600	300x250	728x90, 160x600, 300x250	300x600	400x400	770x250	728x90 u. 160x600	diverse
12 €	14 €	20 €	15 €	26 €	35 €	35 €	30 €	zzgl. 8 €

Alle Preise verstehen sich als TKP, abzügl. AE zzgl. MwSt.
Die Belegung der Seiten erfolgt nach Verfügbarkeit, keine Einzelbelegung möglich. Im Reporting wird nur die gesamte Kombi ausgewiesen, nicht die Einzelseiten.

[1]Quelle: AGOF internet facts 2011-05, Basis: Onliner (WNK 50,15 Mio.), Nutzeranteil in %
[2]Bin (sehr) interessiert

Änderungen und Irrtümer vorbehalten.