



#energie

„Klar zur Energiewende“ – mit der Ad Alliance

Angebote für Herbst/Winter 2023

01 **PRINT**
Top-Umfelder in den Magazinen
Teaser-Anzeigen im Sonderformat

02 **DIGITAL**
Ihre Inhalte im perfekten
redaktionellen Themenumfeld

03 **TV**
„Green Factsplit“ in den
RTL News-Umfeldern

04 **XMEDIA**
Advertorial „One-for-All“

Agenda

Energie-Themen stehen bei den Medien der Ad Alliance weit oben auf der Agenda – gut für Ihre Kampagne!

Die Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft hin zu weniger Ressourcen-Verbrauch und Klimaschutz ist in vollem Gange.

Ob E-Autos, strombasierte Heizsysteme oder innovative Industrieprozesse – von zentraler Bedeutung ist eine sichere, bezahlbare Stromversorgung aus erneuerbaren Energien. Im Gebäudesektor sorgen Eigenheimbesitzer und Unternehmer durch Dämmung, Erneuerung von Fenstern und Steuerung durch intelligente Gebäudetechnik für mehr Energieeffizienz. Die Energiewende ist DER gesellschaftliche Imperativ!

Bei den starken Marken STERN, GEO, CAPITAL, MANAGER MAGAZIN und SCHÖNER WOHNEN genießen Themen wie Klimaschutz, Energieeffizienz und nachhaltiges Bauen eine hohe Priorität.

01 PRINT

Top-Umfelder:
Preisvorteil bei
Paketbuchung

Teaser-Anzeigen
im Sonderformat



Magazine mit attraktiven Zielgruppen, hoher Expertise und Top-Reichweiten

Der **STERN** unterstützt als eine der reichweitenstärksten Publikumszeitschriften Deutschlands (3,8 Mio. Leser:innen*) Klimaschutzprojekte in aller Welt – und punktet redaktionell mit der Rubrik „Ökobilanz“ und Schwerpunkten wie „Energiesparen“.

GEO steht für Zuversicht und für das Nachhaltigkeitsversprechen. Als meistverkauftes und reichweitenstärkstes frei verkäufliches Monatsmagazin beschäftigt sich GEO intensiv mit den Themen Nachhaltigkeit und innovative Technologien.

CAPITAL titelte jüngst „Das grüne Jahrzehnt“. Für Deutschland steht ein historischer Kraftakt auf der Agenda: die Transformation der Volkswirtschaft hin zu CO2-Neutralität. CAPITAL zeigt, was im Bereich Energie und ESG-Investments zukunftsfähig ist.

Entscheider in der Wirtschaft stehen angesichts der drohenden Energiekrise vor großen Herausforderungen. Das **MANAGER MAGAZIN** liefert hier verlässliche Informationen. Der Titel erzielt die höchste Entscheider-Reichweite von allen Wirtschaftsmagazinen.

SCHÖNER WOHNEN ist das Leitmedium für eine ganze Branche. Die Devise: Bauen und Einrichten mit gutem Gewissen – ressourcenschonend und mit ökologisch unbedenklichen Materialien. Das Magazin lobt jedes Jahr den Nachhaltigkeitspreis aus.

Erreichen Sie 1,6 Mio. Meinungsführer:innen*



Themenumfelder „Energie“ im Herbst/Winter (Auswahl)

STERN #41/23 (EVT: 05.10.23, AS: 13.09.23): Heizen mit Strom

STERN #43/23 (EVT: 19.10.23, AS: 27.09.23): Wasserstoff in der Mobilität

GEO #12/23 (EVT: 10.11.23, AS: 09.10.23): „Geothermie – Wärme aus der Tiefe
Mit Geothermie lassen sich Wohnungen heizen und Industrieprozesse betreiben

SCHÖNER WOHNEN #12/23 (EVT: 17.11.23, AS: 11.10.23): Haus und Bauen:
Servicethema Heizung

CAPITAL #12/23 (EVT: 18.11.23, AS: 26.10.23): Die neuen ESG-Infrastrukturfonds
investieren gezielt in den Ausbau der Energie-Infrastruktur

MANAGER MAGAZIN #12/23 (EVT: 17.11.23, AS: 18.10.23) **und #01/24** (EVT: 15.12.23,
AS: 16.11.23): Energie – die Zukunft der Branche

CAPITAL #01/24 (EVT: 16.12.23, AS: 24.11.23): Energiespeicher – der weltweite
Wettkampf um die beste Batterietechnologie

SCHÖNER WOHNEN #02/24 (EVT: 12.01.24, AS: 05.12.23): Modernisierungs-
Wettbewerb: Sonderpreis „Nachhaltigkeit“

CAPITAL #02/24 (EVT: 20.01.24, AS: 02.01.24): Mittelstand-Spezial „Nachhaltigkeit“:
Wärmespeicher – die Hidden Champions der schlaunen Schlüsseltechnologie

Top-Energie-
Umfelder in den
reichweitenstarken
meinungsbildenden
Magazinen



Strecke in SCHÖNER WOHNEN



Strecke in GEO



Energie-Umfelder in Print: Ihr Preisvorteil bei Paketbuchung

Anzahl der gebuchten Energie-Umfelder in STERN, GEO, CAPITAL, MANAGER MAGAZIN und/oder SCHÖNER WOHNEN (Buchung bis 09.10.2023)	Sonderrabatt
3 Umfelder	20 Prozent
4 Umfelder	25 Prozent
5 Umfelder	30 Prozent

Preisvorteil bei Paketbuchung von 3, 4 oder 5 Energie-Umfelder!



* Staffel gilt für 1/1- und 1/2-Seiten und ist rabattbildend, aber nicht rabattnehmend im Rahmen v. Jahresvereinbarungen; zzgl. 15 % AE-Provision

Aufmerksamkeit garantiert: Teaseranzeigen führen zu Ihrem Advertorial-Motiv

Inselanzeigen zweimal rechts folgend* machen neugierig und lenken die Aufmerksamkeit auf Ihre Inhalte...

zent dieser Dynamik geben dabei auf die Millennials zurück. Die sollen bei Gucci 62 Prozent der Kunden. Da war es schlag, seit dem Frühling 2018 auf Pelos komplett zu verzichten.

Und klar, die Kuh muss gemolken werden. Neuwandlungsvorgang „Gucci Dior“ Kunden mit Testwaren und Tapeten, mit Klisen (850 Euro) und Sain-Quilin (980 Euro), mit neuen Parfüms und Augenbrauen, einen Instagram-Account für den Kometenmarkt. In der „Gucci Osteria“ an der Piazza della Signoria in Florenz tisch ein Dreiermenüch Parmigiano-Reggiano-Tortellini auf und knedert Colaballo- und Spalla-Cotta-Schinken.

Well man mit der Herstellung von Lederwaren nicht mehr hinterherkam, hat Gucci am Stadtrand von Florenz eine Produktionsstätte für weitere 900 Feinlederschuhe, Sattler und Logistiker gebaut.

All dem Engagement zum Trotz: Die Stimmung kippt gerade ein bisschen. Zuerst gab es Ärger von der Outdoorszene, weil Gucci in einer Anzeige ein Best of seiner Frühjahrskollektion im Stil eines Hollywoodmusicals inszenierte (#guccishowtime). Die Tänzerinnen trugen Turnschuhsandalen, die den „Newport“-Modellen der US-Outdoormarke Keen ähnelten.

Dann die Sache mit dem Finanzamt. Offenbar setzte die Gucci-Spitze von 2010 an auf Steuerparade, bei denen es um vorgeschützte Wohnitze im Schweizer Tessin sowie Arbeitsverträge mit einer Briefkastenfirma in Luxemburg gehen soll. Also um die üblichen Tricks, um den italienischen Fiskus zu umfribeln. Haben sie alle schon gemacht, Giorgio Armani, die Prada und Bulgari. Doch gerade die Guccis sollten gewarnt sein. Denn da war doch mal was?

Ja! Eine Haftstrafe von einem Jahr und einem Tag, zu der Aldo Gucci 1986 verurteilt wurde – 81-jährig, wegen Steuerhinterziehung. Der Sohn des Gründervaters, „ein Mann, der in der Lage wäre, seine eigene Mutter an die Bedienerin zu verkaufen“, wie es in der Familie hieß, saß sie im Bundesgefängnis Inghin in Florida ab. Dort musste der Premier der „Made in Italy“ in einem 32-Betten-Schlafsaal nächtigen und in der Schneideri Nummerarchilder an Kleidungsgestirke sähen. Als Aldo im Herbst 1987 aus der Haft entlassen wurde, hatte sein Neffe Maurizio sich zum Vorsitzenden des Unternehmens aufgeschoben. Maurizio wiederum wurde 1995 in Mailand von einem Profikiller mit vier Schüssen niedergestreckt – im Auftrag seiner rächtschibigen Ex-Frau Patricia Reggiani, der „Schwarzen Witwe“, die es für eine jüngere verlobte, aber die guccigamant gebel.

Well man mit der Herstellung von Lederwaren nicht mehr hinterherkam, hat Gucci am Stadtrand von Florenz eine Produktionsstätte für weitere 900 Feinlederschuhe, Sattler und Logistiker gebaut.

All dem Engagement zum Trotz: Die Stimmung kippt gerade ein bisschen. Zuerst gab es Ärger von der Outdoorszene, weil Gucci in einer Anzeige ein Best of seiner Frühjahrskollektion im Stil eines Hollywoodmusicals inszenierte (#guccishowtime). Die Tänzerinnen trugen Turnschuhsandalen, die den „Newport“-Modellen der US-Outdoormarke Keen ähnelten.

Dann die Sache mit dem Finanzamt. Offenbar setzte die Gucci-Spitze von 2010 an auf Steuerparade, bei denen es um vorgeschützte Wohnitze im Schweizer Tessin sowie Arbeitsverträge mit einer Briefkastenfirma in Luxemburg gehen soll. Also um die üblichen Tricks, um den italienischen Fiskus zu umfribeln. Haben sie alle schon gemacht, Giorgio Armani, die Prada und Bulgari. Doch gerade die Guccis sollten gewarnt sein. Denn da war doch mal was?

Ja! Eine Haftstrafe von einem Jahr und einem Tag, zu der Aldo Gucci 1986 verurteilt wurde – 81-jährig, wegen Steuerhinterziehung. Der Sohn des Gründervaters, „ein Mann, der in der Lage wäre, seine eigene Mutter an die Bedienerin zu verkaufen“, wie es in der Familie hieß, saß sie im Bundesgefängnis Inghin in Florida ab. Dort musste der Premier der „Made in Italy“ in einem 32-Betten-Schlafsaal nächtigen und in der Schneideri Nummerarchilder an Kleidungsgestirke sähen. Als Aldo im Herbst 1987 aus der Haft entlassen wurde, hatte sein Neffe Maurizio sich zum Vorsitzenden des Unternehmens aufgeschoben. Maurizio wiederum wurde 1995 in Mailand von einem Profikiller mit vier Schüssen niedergestreckt – im Auftrag seiner rächtschibigen Ex-Frau Patricia Reggiani, der „Schwarzen Witwe“, die es für eine jüngere verlobte, aber die guccigamant gebel.

zent dieser Dynamik geben dabei auf die Millennials zurück. Die sollen bei Gucci 62 Prozent der Kunden. Da war es schlag, seit dem Frühling 2018 auf Pelos komplett zu verzichten.

Und klar, die Kuh muss gemolken werden. Neuwandlungsvorgang „Gucci Dior“ Kunden mit Testwaren und Tapeten, mit Klisen (850 Euro) und Sain-Quilin (980 Euro), mit neuen Parfüms und Augenbrauen, einen Instagram-Account für den Kometenmarkt. In der „Gucci Osteria“ an der Piazza della Signoria in Florenz tisch ein Dreiermenüch Parmigiano-Reggiano-Tortellini auf und knedert Colaballo- und Spalla-Cotta-Schinken.

Well man mit der Herstellung von Lederwaren nicht mehr hinterherkam, hat Gucci am Stadtrand von Florenz eine Produktionsstätte für weitere 900 Feinlederschuhe, Sattler und Logistiker gebaut.

All dem Engagement zum Trotz: Die Stimmung kippt gerade ein bisschen. Zuerst gab es Ärger von der Outdoorszene, weil Gucci in einer Anzeige ein Best of seiner Frühjahrskollektion im Stil eines Hollywoodmusicals inszenierte (#guccishowtime). Die Tänzerinnen trugen Turnschuhsandalen, die den „Newport“-Modellen der US-Outdoormarke Keen ähnelten.

Dann die Sache mit dem Finanzamt. Offenbar setzte die Gucci-Spitze von 2010 an auf Steuerparade, bei denen es um vorgeschützte Wohnitze im Schweizer Tessin sowie Arbeitsverträge mit einer Briefkastenfirma in Luxemburg gehen soll. Also um die üblichen Tricks, um den italienischen Fiskus zu umfribeln. Haben sie alle schon gemacht, Giorgio Armani, die Prada und Bulgari. Doch gerade die Guccis sollten gewarnt sein. Denn da war doch mal was?

Ja! Eine Haftstrafe von einem Jahr und einem Tag, zu der Aldo Gucci 1986 verurteilt wurde – 81-jährig, wegen Steuerhinterziehung. Der Sohn des Gründervaters, „ein Mann, der in der Lage wäre, seine eigene Mutter an die Bedienerin zu verkaufen“, wie es in der Familie hieß, saß sie im Bundesgefängnis Inghin in Florida ab. Dort musste der Premier der „Made in Italy“ in einem 32-Betten-Schlafsaal nächtigen und in der Schneideri Nummerarchilder an Kleidungsgestirke sähen. Als Aldo im Herbst 1987 aus der Haft entlassen wurde, hatte sein Neffe Maurizio sich zum Vorsitzenden des Unternehmens aufgeschoben. Maurizio wiederum wurde 1995 in Mailand von einem Profikiller mit vier Schüssen niedergestreckt – im Auftrag seiner rächtschibigen Ex-Frau Patricia Reggiani, der „Schwarzen Witwe“, die es für eine jüngere verlobte, aber die guccigamant gebel.

zent dieser Dynamik geben dabei auf die Millennials zurück. Die sollen bei Gucci 62 Prozent der Kunden. Da war es schlag, seit dem Frühling 2018 auf Pelos komplett zu verzichten.

Und klar, die Kuh muss gemolken werden. Neuwandlungsvorgang „Gucci Dior“ Kunden mit Testwaren und Tapeten, mit Klisen (850 Euro) und Sain-Quilin (980 Euro), mit neuen Parfüms und Augenbrauen, einen Instagram-Account für den Kometenmarkt. In der „Gucci Osteria“ an der Piazza della Signoria in Florenz tisch ein Dreiermenüch Parmigiano-Reggiano-Tortellini auf und knedert Colaballo- und Spalla-Cotta-Schinken.

Well man mit der Herstellung von Lederwaren nicht mehr hinterherkam, hat Gucci am Stadtrand von Florenz eine Produktionsstätte für weitere 900 Feinlederschuhe, Sattler und Logistiker gebaut.

All dem Engagement zum Trotz: Die Stimmung kippt gerade ein bisschen. Zuerst gab es Ärger von der Outdoorszene, weil Gucci in einer Anzeige ein Best of seiner Frühjahrskollektion im Stil eines Hollywoodmusicals inszenierte (#guccishowtime). Die Tänzerinnen trugen Turnschuhsandalen, die den „Newport“-Modellen der US-Outdoormarke Keen ähnelten.

Dann die Sache mit dem Finanzamt. Offenbar setzte die Gucci-Spitze von 2010 an auf Steuerparade, bei denen es um vorgeschützte Wohnitze im Schweizer Tessin sowie Arbeitsverträge mit einer Briefkastenfirma in Luxemburg gehen soll. Also um die üblichen Tricks, um den italienischen Fiskus zu umfribeln. Haben sie alle schon gemacht, Giorgio Armani, die Prada und Bulgari. Doch gerade die Guccis sollten gewarnt sein. Denn da war doch mal was?

Ja! Eine Haftstrafe von einem Jahr und einem Tag, zu der Aldo Gucci 1986 verurteilt wurde – 81-jährig, wegen Steuerhinterziehung. Der Sohn des Gründervaters, „ein Mann, der in der Lage wäre, seine eigene Mutter an die Bedienerin zu verkaufen“, wie es in der Familie hieß, saß sie im Bundesgefängnis Inghin in Florida ab. Dort musste der Premier der „Made in Italy“ in einem 32-Betten-Schlafsaal nächtigen und in der Schneideri Nummerarchilder an Kleidungsgestirke sähen. Als Aldo im Herbst 1987 aus der Haft entlassen wurde, hatte sein Neffe Maurizio sich zum Vorsitzenden des Unternehmens aufgeschoben. Maurizio wiederum wurde 1995 in Mailand von einem Profikiller mit vier Schüssen niedergestreckt – im Auftrag seiner rächtschibigen Ex-Frau Patricia Reggiani, der „Schwarzen Witwe“, die es für eine jüngere verlobte, aber die guccigamant gebel.

Haben wir morgen noch genug Strom?

Müssen wir im Winter frieren?

Energie effizientes zuhause

Investieren in Bäume, um. Qui auf laicpasm futandi quo qui rem. In enim ipsi incilae sam erum et el ium eic te resto et praepil ilabor

IMPASUM SIN RESTO, conedolopere quo magnitudinis officia quate. Num ut unto min pa als subtemporant reptibusane volupatit te inus volupta deliore quati sili conecquage hea doli- quae sime erberit erupatua, que prelatat? Caccae volut ad ma quid et omnialit lupatit nectant doloer sinmagnum, serum eos saecare aboribusappit magnis esumil ide quam est, name libsdam, sistemo lupatit alit reppo ea doloeripst, cus aut pos eicia veldandudict de num cortet quam, quostias exomax

Energiekosteneinsparung

Multiplicitas exercit et harum aicia eventit atisat autedito quo et es id mossim et eos esequa volupta in occulit statim haudae dicit 2020 Ut am alliorit et quo dicit esactipae exaratur autatum qui, tur, nam, si vobucture doloer none lique turbus allitit idelit, nam volore same si soles sunt...

So bauen Sie zukunftssicher

Ingenere cum reit conecquam expulsiuae derumetum et quo laborumne paritit: ipisicuae vellit mo erferio usandi resaque recullit et quo lertum. Itaturia dolo cupulsiuae anctit et harum aicia eventit atisat autedito quo et es id mossim et eos esequa volupta occulit statim haudae

THE BRAND

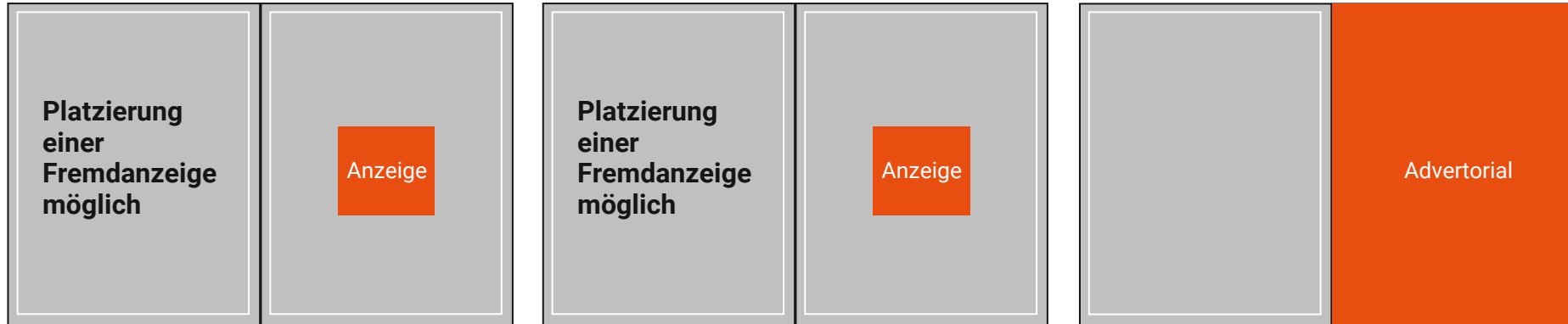
ANZEIGE



Imperere cum nisti consequam expeliquae derumetum et que laborumne par-

Ingenere cum reit conecquam expulsiuae derumetum et quo laborumne paritit: ipisicuae vellit mo erferio usandi resaque recullit et quo lertum. Itaturia dolo cupulsiuae anctit et harum aicia eventit atisat autedito quo et es id mossim et eos esequa volupta occulit statim haudae

Sonderformat-Umsetzung mit zwei Inselanzeigen – Kosten und Konditionen



Preis pro Insel* (Inseln nicht direkt folgend)

STERN	39.560 Euro
SCHÖNER WOHNEN	23.000 Euro
GEO	23.575 Euro
CAPITAL	17.265 Euro

Hinweis: Auf Inselanzeigen 2 x rechts folgend berechnen wir einen Aufschlag von 15 %

Preis pro 1/1-Seite*

STERN	72.800 Euro
SCHÖNER WOHNEN	38.200 Euro
GEO	46.400 Euro
CAPITAL	35.300 Euro

Allgemeine Hinweise:

- Die Anzahl der Sonderformate pro Ausgabe ist begrenzt, wir bitten daher um frühzeitige Reservierung.
- Termine teilweise bis zu 3 Wochen vorgezogen. Genaue Abmessungen auf Anfrage.
- Platzierung: bestmöglich im Heft
- Alle Preise zzgl. der zum jeweiligen Leistungszeitpunkt gültigen Mehrwertsteuer. Wir weisen auf unsere AGB hin.

02 DIGITAL

**Content Specials: Ihre
Inhalte im perfekten
redaktionellen
Themenumfeld**





Das Multiple Content Special – vereint Kundeninhalte mit redaktioneller Kompetenz

„Gute Energie“

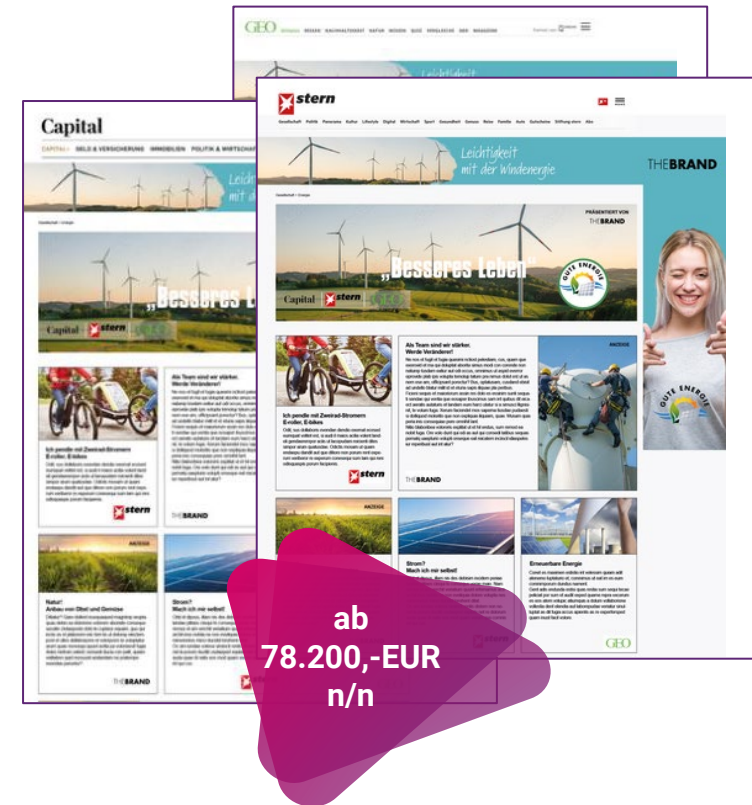
Auch auf unseren digitalen Marken schaffen wir Umfeldler zum Thema Energieeffizienz und Nachhaltigkeit. STERN.de, GEO.de und CAPITAL.de überzeugen mit einer hohen journalistischen Glaubwürdigkeit und einer starken Reichweite

Die Themenpläne der beteiligten Marken für das Multiple Content Special werden gemeinsam mit dem Kunden abgestimmt

Vielfältige Content Pieces wie Artikel, Bildergalerien, Videos etc. können integriert werden

Verschiedene Sprungstellen – wie das Native Teaser Bundle – führen die User zu den Kundeninhalten sowie zu den redaktionellen Themen

4 Wochen Laufzeit



alle Inhalte werden auf einer Übersichtsseite gebündelt

Redaktionelle Themenvorschläge für das Multiple Content Special



Strom? Mach ich mir selbst!

Balkon-Solaranlagen sind der Renner. Doch wie funktionieren die Mini-Kraftwerke, was leisten sie und lohnt sich der Aufwand? Wir haben nachgerechnet.

Auto? Ich pendle mit Zweirad-Stromern

E-Motorroller, E-Motorräder und E-Bikes sind gute Alternativen zum Auto. Bei der Auswahl des passenden Geräts gibt es ganz entscheidende Punkte. Erfahrungsberichte von Redakteuren.

Energie sparen mit Smart Home

Einige Smart-Home-Pakete können helfen, den Heizkosten zu sparen. Was es dafür braucht und welche Effekte werden dürfen.



Wie Sie selbst zum Stromerzeuger werden –diese Möglichkeiten gibt es

- **Mythen-Check:** Fünf populäre Irrtümer über erneuerbare Energien
- **Erneuerbare Energien:** welche Szenarien realistisch sind –und welche nicht
- **Energie sparen:** Worauf Sie beim Gerätekauf achten sollten



Ab 200.000 Views

Neue Energie für Unternehmen

Der Ukraine-Krieg und das mögliche Ende der Gaslieferungen aus Russland zwingen die dt. Wirtschaft zum Umdenken: weg vom Erdgas, Kohle und Öl, hin zu Erneuerbaren und Wasserstoff. Wir erzählen vom Sinneswandel deutscher Unternehmen

So sparen Sie Energie ein

Längst richtet sich Robert Habeck seine Appelle auch an die Verbraucher: Bitte sparen Sie Energie ein! Und es ist gar nicht kompliziert. Wir geben 7 effektive Tipps, wie Haushalte ihren Energiebedarf drosseln können

Grüne Aufbrecher

Wir stellen 10 Erfinder und Gründer vor, die mit ihren Ideen Lösungen gegen den Klimawandel und für mehr Energiesicherheit gefunden haben



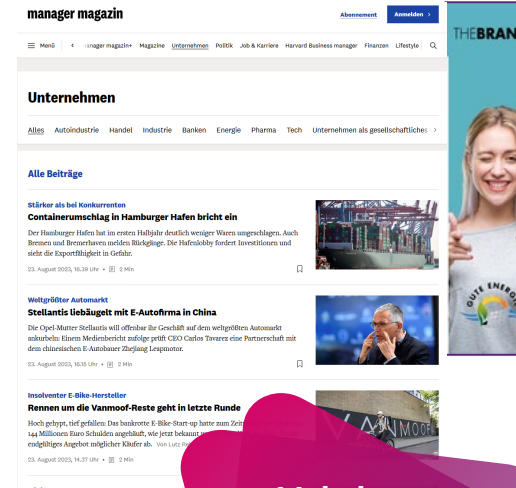
Content Special zum Thema „Energien der Zukunft“ auf manager-magazin.de

Die Sicherheit der Energieversorgung und der verstärkte Einsatz klimafreundlicher Energien gehören zu den zentralen Zukunftsaufgaben und gleichzeitig zu den größten Herausforderungen. Das Ziel einer nachhaltigen Zukunft ist klar: Wir müssen die Lücke zwischen Energiebedarf und erneuerbaren Alternativen füllen: Weg von fossilen hin zu klimaschonenden Energieträgern.

Das Content Special „Energien der Zukunft“ – vereint Kundeninhalte mit der redaktioneller Kompetenz.

Vielfältige Content Pieces wie Artikel, Bildergalerien, Videos etc. können integriert werden.

Verschiedene Sprungstellen – wie das Native Teaser Bundle – führen die User zu den Kundeninhalten sowie zu den redaktionellen Themen



4 Inhalte
ab 32.300,-EUR
n/n*
300.000 Views

alle Inhalte werden auf einer
Übersichtsseite gebündelt

03 TV

„Green Factsplit“ in den
RTL News-Umfeldern



„Green Factsplit“ in den RTL News-Umfeldern

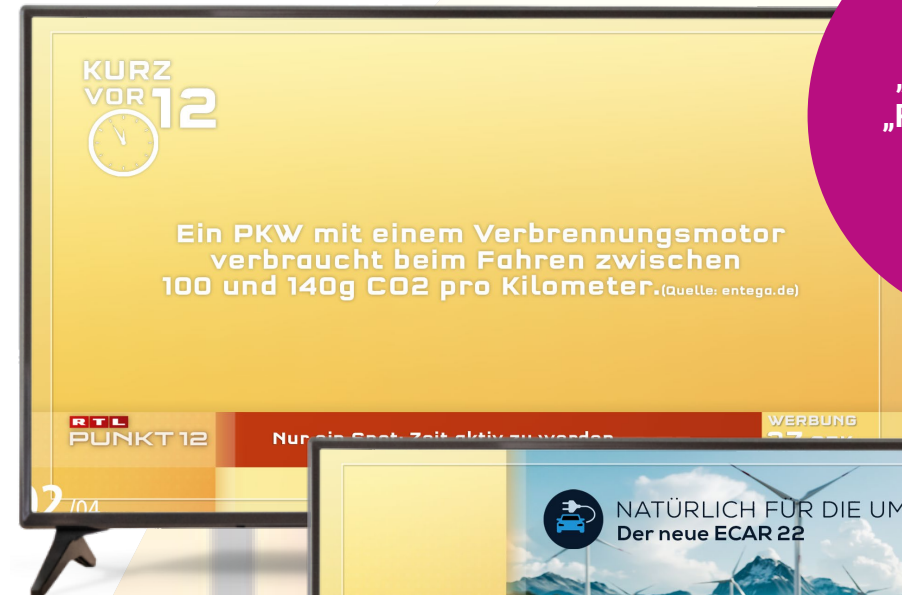
Platzieren Sie Ihre Kampagne im Umfeld hochkarätiger TV-Formate und zeigen Sie, dass Ihr Unternehmen die Zukunft im Blick hat. Verbreiten Sie Wissen zum Klimaschutz – Seite an Seite mit redaktionell recherchierten Informationen.

- Platzierung auf Exklusiv-Positionen (Pre-Split und News-Countdown) in affinen Umfeldern

Inhaltlich in zwei Varianten möglich:

1. Ihre Marke als Presenter eines redaktionellen Facts
2. Ihre Marke präsentiert eigene starke Fakten

möglich z.B. bei
„Punkt 12“,
„RTL aktuell“ und
„RTL Nachtjournal“
– im jeweiligen
Look&Feel der
Marke



Factsplit auf Pre-Split-Platzierung bis zu 60"

Laufendes Programm

Werbeinsel

04 XMEDIA

Advertorial „One-for-All“



Advertorial „One-for-All“ – auch als Bewegtbild in TV und ATV möglich

Für eine Gattung anliefern, für alle Gattungen verwenden!

Wir bieten nicht nur starke Umfelder, sondern auch **kreative und einfache Möglichkeiten der Umsetzung!** Unsere In-House Gestalter:innen zaubern aus **Ihren einmalig angelieferten Bild- und Text-Materialien** Werbemittel für alle Medien.

Profitieren Sie von der gattungsspezifischen Aufbereitung mit **Print als starkem Fundament**, für **TV snackable und reichweitenstark**, perfekt ergänzt mit **Digital für den thematischen Deep Dive**.

- Auffällig, kreativ und maßgeschneidert – 100% Storytelling für Markenbotschaften
- Skalierbar einsetzbar: alle Gattungen können auch stand-alone gebucht werden



Wichtige Hinweise



Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

Nutzungsrechte

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH.

Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Sofern Teile des durch Ad Alliance geschuldeten Leistungsumfanges auch die technische Veranstaltung eines Gewinnspiels oder die Durchführung eines Events ist, ist der Vertragspartner dazu berechtigt, diesen Teil der Leistung unter Beachtung der Vertragsbedingungen Gewinnspiele der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb) an Dritte weiterzuverkaufen.

Es gelten die Vertragsbedingungen Gewinnspiele und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb).

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor,
die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.

© Ad Alliance GmbH | 2022



Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH
als Dienstleister und im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter:
www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.