



Online-Mediendaten (Kurzversion)
Gültig ab 1. 1. 2010



Die schönen Seiten der digitalen Revolution – Das ist DigitalLiving.ch

Inhalt

Täglich aktuellste Trends und Innovationen für Technologie- und Designbegeisterte aus den Bereichen Unterhaltungselektronik, mobile Kommunikation, Digitalfotografie und Videos sowie einem eigenen Bereich für Computergames. Design, Funktionalität und die spielerische Freude an der Technik prägen das Konzept dieser Website mit starkem Bezug zum Schweizer Markt.

Zielgruppe

Frauen und Männer aller Altersklassen mit Freude an technischen Geräten sowie hoher Kaufkraft und Markenbewusstsein. Interessieren sich für neue Produkte und Innovationen, kaufen oft das Neuste und wollen nicht nur funktionale, sondern auch formschöne Geräte. Sie legen Wert auf Design, verfügen über die nötigen finanziellen Mittel und investieren regelmässig in neue Produkte.

Community

Aktive DigitalLiving-Foto-Community mit Teilnahme an diversen Online-Aktivitäten und Fotowettbewerben.

Newsletter

33 000 registrierte Newsletter-Abonnenten. Zweimal wöchentlich erscheinender Newsletter (Dienstag und Freitag) mit stets aktuellen Informationen über das Neuste aus der digitalen Welt.



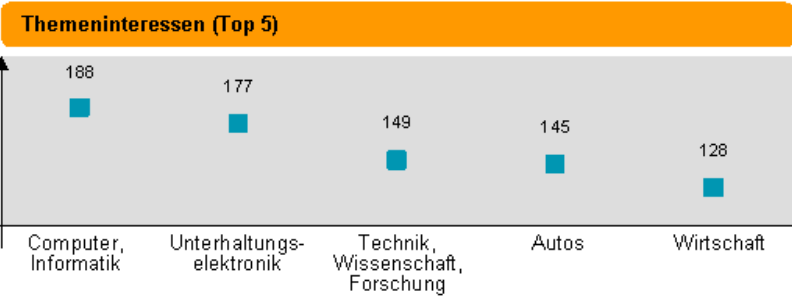
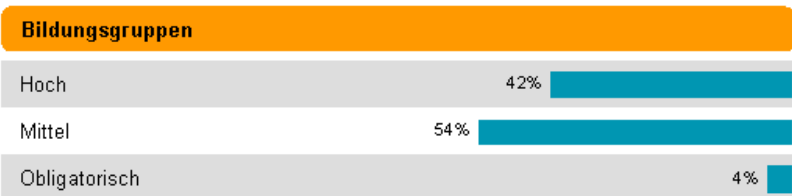
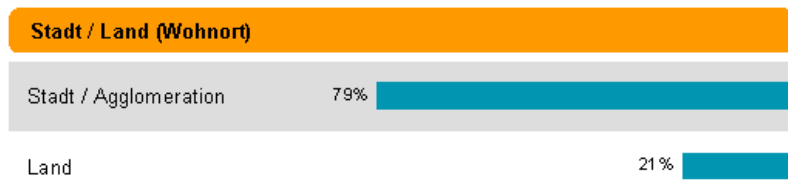
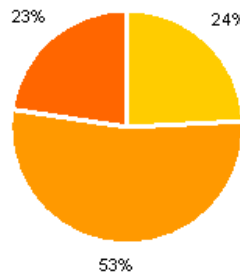
PCtipp.ch – Die reichweitenstärkste IT-Website der Schweiz

NET-Matrix-Audit

März 2010

Page Impressions	325 757
Visits	60 891
Unique Clients	32 000
2 x pro Woche Newsletter (Di/Fr)	33 000 Abonnenten

NET-Matrix-Profil 2010-1



Quellen: NET-Matrix-Audit und NET-Matrix-Profile (www.net-matrix.ch) der WEMF.



Werbeformen auf DigitalLiving.ch

Klassisch

Fullbanner
Leaderboard
Skyscraper
Rectangle

Fullbanner Expandable
Leaderboard Expandable
Skyscraper Expandable
Rectangle Expandable

Floating Ad
Hockey Stick
Branding Day (exklusiv)
Wallpaper

Newsletter

Fullbanner
Skyscraper
Rectangle
Textanzeigen

Spezial

Publireportage/Advertorial
Mini Ad
Webcast
Cost Per Click (CPC)
Cost Per Lead (CPL)

Plattformübergreifend

Game-Pool
IDG-Pool

Subsites

ICT-Presseticker



Formate und Preise

Klassische Werbeformen	Formate in Pixel	CPM/TKP in Fr. Run of Site	CPM/TKP in Fr. Home/Channel	Max. Grösse in KB	Datenformat
Fullbanner	468 x 60	40.-	50.-	50	1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6
Leaderboard	728 x 90	50.-	60.-	50	1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6
Skyscraper	160 x 600	60.-	70.-	50	1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6
Rectangle	300 x 250	70.-	80.-	50	1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6

Expandable-Funktion möglich (Default-Closed). Expanded nur bei Mouse-Over. 40 % Aufpreis.

Floating Ad	800 x 600 (Frequency Capping)	140.-	-	50	4 / 6
Hockey Stick	728 x 90 + 160 x 600	110.-	-	50 + 50	1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6
Branding Day (exklusiv)	728 x 90 + 160 x 600 + 300 x 250	3000.- / Tag	-	50 + 50 + 50	1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6
Wallpaper	1920 (davon 950 Website) x 1200	4500.- / Woche	-		1

Werktägliches Newsletter	Formate in Pixel/max. Zeichen	Preise in Fr. pro Woche	Max. Grösse in KB	Datenformat
Fullbanner	468 x 60 + 1 Ziel-URL	1400.-	50	1 / 2 / 3
Skyscraper	160 x 600 + 1 Ziel-URL	1400.-	50	1 / 2 / 3
Rectangle	300 x 250 + 1 Ziel-URL	1400.-	50	1 / 2 / 3
Textanzeige	350 Zeichen (inkl. Leerzeichen) + 1 Ziel-URL	1400.-		

Aussand 2x pro Woche (Dienstag/Freitag) an 33 000 registrierte Abonnenten pro Versand (Jahresdurchschnitt); Mindestbuchung 1 Woche.

Erläuterungen

CPM/TKP = Preis pro Tausend Ad Impressions

Ad Impressions = Messgrösse, welche die Anzahl der Sichtkontakte mit einer Werbebotschaft im Internet angibt

Run of Site = Der Banner wird zufällig verteilt über die gesamte Website angezeigt

Run of Home/Channel = Der Banner erscheint auf der Homepage oder innerhalb der gebuchten Rubrik (Channel)

Frequency Capping = Begrenzung der Werbemittelkontakte pro User

Datenformat: 1 = Jpg / 2 = Gif / 3 = Animiertes Gif / 4 = Flash (Alternativ-Gif anliefern) / 5 = DHTML (Rich Media) / 6 = TAG in TAG



Formate und Preise

Spezielle Werbeformen	Leistungen und Formate	Preise in Fr. Run of Site/Home	Laufzeit	Datenformat
Publireportage/Advertorial	Bild, Teasertext, Volltext, Ziel-URL, redaktionelle Promotion, Newsletter	2500.-	1 Woche	1 / 2
Mini Ad Firmenlink	Logo, Ziel-URL Maximalgrösse des Logos: B 158 x H 158 Pixel	1500.-/1000.-	4 Wochen	1 / 2
Webcast	Webcast, Teasertext, Volltext, Ziel-URL, redaktionelle Promotion, Newsletter	3500.-	1 Woche	4
Cost Per Click Nur in Verbund mit PCtipp.ch	Alle Standard-Bannerformate ohne Logo/Branding Mind. 3 unterschiedliche Werbemittel anliefern Variable Bruttopreise: Fr. 1.- bis Fr. 3.-/Klick je nach Volumen und Laufzeit	Mindestbuchung 3000.-	Mindestlaufzeit 4 Wochen	1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6
Cost Per Lead Nur in Verbund mit PCtipp.ch	Alle Standard Bannerformate ohne Logo/Branding Mind. 3 unterschiedliche Werbemittel anliefern Variable Bruttopreise: Fr. 5.- bis Fr. 60.-/Lead je nach Volumen und Komplexität der Leadkriterien	Mindestbuchung 3000.-	Mindestlaufzeit ab 4 Wochen	1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6

Erläuterungen

CPM/TKP = Preis pro Tausend Ad Impressions

Ad Impressions = Messgrösse, welche die Anzahl der Sichtkontakte mit einer Werbebotschaft im Internet angibt

Run of Site = Der Banner wird zufällig verteilt über die gesamte Website angezeigt

Run of Home/Channel = Der Banner erscheint auf der Homepage oder innerhalb der gebuchten Rubrik (Channel)

Datenformat: 1 = Jpg / 2 = Gif / 3 = Animiertes Gif / 4 = Flash (Alternativ-Gif anliefern) / 5 = DHTML (Rich Media) / 6 = TAG in TAG



Formate und Preise

Plattformübergreifende Werbeform	Einzelrubriken und/oder Run of Site auf mehreren Websites	CPM/TKP in Fr. Run of Channel	Preise in Fr. Run of Channel	Anzahl Ad Impressions
Game-Pool	PCtipp.ch/spiele + /downloadshop			
Mit variabler Gewichtung	Digitalliving.ch/spiele + /downloadshop GBASE.ch	25.-	5000.-	200 000
Mindestlaufzeit	2 Wochen			
Werbemittel	Fullbanner, Leaderboard, Skyscraper, Rectangle			
Anlieferung	Mindestens 2 unterschiedliche Werbemittel			
Dispo IDG/Gewichtung	Variabel zwischen 30/70 % bis 70/30 % Gbase/IDG			
Anmerkung	Die Kapazität beim Game-Pool ist beschränkt. Bei Überbuchung wird Run of Site ausgeliefert.			

Plattformübergreifende Werbeform	Run of Site/Pool Auf einer oder mehreren Websites	CPM/TKP in Fr. Run of Site/Pool	Preise in Fr. Run of Site/Pool	Mind. Anzahl Ad Impressions
IDG-Pool	PCtipp.ch + Computerworld.ch + DigitalLiving.ch	40.-	5000.-	125 000
Ohne Gewichtung		35.-	6125.-	175 000
Mindestlaufzeit	1 Woche	30.-	7050.-	235 000
Werbemittel	Fullbanner, Leaderboard, Skyscraper, Rectangle	25.-	8000.-	320 000
Anlieferung	Mindestens 3 unterschiedliche Werbemittel	20.-	9000.-	450 000
Dispo IDG/Gewichtung	Nach Verfügbarkeit ohne Gewichtung	15.-	10 000.-	666 666

Plattformübergreifende Subsites	Run of Top 5 Box Auf allen Schweizer IDG-Websites	Einzelschaltung in Fr.	Abonnemente in Fr.	Laufzeit
ICT-Presseticker	Garantierte Veröffentlichung von Pressemitteilungen	280.-	900.- bis 3500.-	3 – 12 Monate

Erläuterungen

CPM/TKP = Preis pro Tausend Ad Impressions

Ad Impressions = Messgrösse, welche die Anzahl der Sichtkontakte mit einer Werbebotschaft im Internet angibt

Run of Site = Der Banner wird zufällig verteilt über die gesamte Website angezeigt

Run of Home/Channel = Der Banner erscheint auf der Homepage oder innerhalb der gebuchten Rubrik (Channel)



Formate und Preise

Werbeform	Art des Rabatts	Anzahl	Umsatz ab Fr.	Rabatt
Klassische Werbeformen	Volumenrabatt		5 000.-	6 %
Mindestbuchung	30 000 Ad Impressions		10 000.-	8 %
Preisangaben	Preisangaben gelten pro 1000 Ad Impressions		15 000.-	10 %
			20 000.-	13 %
Newsletter/Textanzeige	Wiederholungsrabatt	3 x		7 %
Frequenz	Gültig auf Schaltungen innerhalb von	6 x		11 %
	Monaten	12 x		15 %
Spezielle Werbeformen	Nicht rabattberechtigt			
Game- und IDG-Pool	Nicht rabattberechtigt			
Beraterkommission	5 % (15 % Ausland)			
Mehrwertsteuer	Alle Preise verstehen sich in Franken zuzüglich 7,6 % MwSt.			

Technische Angaben

Newsletter-Textanzeigen

Titel und Linktext klar definieren, da in der HTML-Version keine URLs publiziert werden. Beispiel Linktext "Hier finden Sie mehr Informationen."

Es gibt keine Gestaltungsmöglichkeiten. View-TAGs/-pixel werden nicht akzeptiert.

Werbemittellanlieferung: Spätestens bis Donnerstag der Vorwoche, 12.00 Uhr.

Site-Werbung

Werbemittellanlieferung klassische Werbeformen: Spätestens 3 Arbeitstage vor Kampagnenstart.

Werbemittellanlieferung Expandable, Floating Ad, Hockey Stick, Branding Day und Sonderwerbformen: Spät. 5 Arbeitstage vor Kampagnenstart.

Werbemittel mit Vertonung werden nur auf lautloser Voreinstellung akzeptiert.

Mindestcapping Floating Ad: 1 User innert 24 Stunden. Bitte Verfügbarkeiten anfragen.

Informationen zu den technischen Online-Spezifikationen finden Sie als PDF zum Download auf unserer Website DigitalLiving.ch unter Mediendaten.



Kontakte

Verlag

IDG Communications AG
Witikonstrasse 15
Postfach 1570
CH-8032 Zürich
Telefon +41 44 387 44 44
Telefax +41 44 387 45 83
www.DigitalLiving.ch

Verkauf

André Reichenbach

Sales Director
Telefon +41 44 387 45 35
andre.reichenbach@idg.ch

Christoph Mayer

Anzeigenverkauf
Telefon +41 44 387 44 02
christoph.mayer@idg.ch

Gesamtleitung IDG Communications AG

Michael Hermann

Country Manager
Telefon +41 44 387 44 44
michael.hermann@idg.ch

Kurt Strebel

Key Account Manager
Telefon +41 44 387 44 36
kurt.strebel@idg.ch

Daniel Frey

Leiter Sales Support
Telefon +41 44 387 45 74
daniel.frey@idg.ch

Werner Ortler

Key Account Manager
Telefon +41 44 387 44 06
werner.ortler@idg.ch

Leonardo Rapisarda

Sachbearbeiter
Telefon +41 44 387 45 38
leonardo.rapisarda@idg.ch