



CROSSMEDIALE KOOPERATION „SCHICKE UNS DEIN REZEPT“

DIE RUBRIK FIT FOR FOOD SO WIRD DAS GANZE LEBEN ZUM GENUSS.



Bewusste Ernährung ist eine Herzensangelegenheit der FIT FOR FUN-Redaktion. Darum hat sie die Rubrik Food 2017 deutlich ausgebaut.

Sie widmet diesem Thema jetzt mindestens 20 redaktionelle Seiten und bietet dabei den Lesern mindestens 20 Rezepte in jeder Ausgabe!



FIT FOR FUN präsentiert Kochrezepte mit raffinierten, gesunden Zutaten und einfacher Zubereitungsmöglichkeit, welche die Leser auf den Geschmack bringen sollen. Dank der Produkttests, Rubriken wie „Superfood des Monats“ oder fundierten Analysen einzelner Nahrungsmittel ist FIT FOR FUN damit der perfekte Guide durch den „Ernährungsdschungel“.

72%¹ der FIT FOR FUN-Leser achten ganz bewusst auf gesunde, ausgewogene Ernährung.

Impressionen aus der Redaktion

¹b4p 2016 III

SCHICKE UNS DEIN LIEBLINGSREZEPT REZEPTE GESUCHT



FIT FOR FUN und Kunde rufen gemeinsam die Leser und User auf, ihr Lieblingsrezept einzusenden. Hier wird im Vorwege abgestimmt, aus welchem Bereich die Rezepte kommen sollen, ob es speziell um vegane oder fitte Rezepte geht, oder steht die schnelle Zubereitung im Mittelpunkt?

Eine Jury (Kunde und FIT FOR FUN-Redaktion) wählt die besten Rezepte aus. Die Gewinnerrezepte werden dann professionell geshootet und erscheinen im FIT FOR FUN-Magazin und werden auch Online vorgestellt.

Ein gemeinsames Aktions-Logo (bestehend aus Kunde und FIT FOR FUN) hält dabei die Klammer für die gesamte Kooperation.

Die Preise* für die Gewinner werden nach Rücksprache mit dem Kunden festgelegt.

*Gewinnstellung und -Abwicklung erfolgt von Kundenseite

Beispiel einer Kooperation mit BECEL:
Print, Online, Social Media und Koperations-Logo

SCHICKE UNS DEIN LIEBLINGSREZEPT ABLAUF

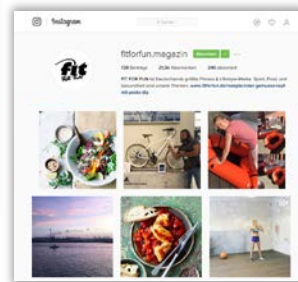


Die Kommunikation zu dieser Aktion erfolgt auf allen Plattformen von FIT FOR FUN – 360° Kommunikation in Print/ePaper, Online/Mobile, Newsletter und Social Media.

Aufruf: Ausgabe nach Absprache auf 1/2 - 1/1 Seite. Zeitgleich erfolgt der Aufruf auf fitforfun.de und über Social Media.

Reminder: Ausgabe nach Absprache auf 1/3 Seite.

Auflösung: Ausgabe nach Absprache auf ca. 2-4 Seiten und auch auf fitforfun.de und über Social Media



Umsetzung:
– Die Umsetzung erfolgt durch die Redaktion

Beispiel einer Kooperation mit BECEL:
Print, Online und Social Media

SCHICKE UNS DEIN LIEBLINGSREZEPT

ONLINE INTEGRATION: EXKLUSIVES PRESENTING



Beispiel einer Kooperation mit BECEL:
Online Mobile

Die redaktionelle Koop wird auf fitforfun.de (Reichweite* 4,45 Mio. Visits, 1,59 Mio. Unique User*) verlängert und ergänzt. Die User bekommen einen Überblick über die Aktivitäten der Teilnehmer und die eingesendeten Rezepte.

Das Special wird über Social Media (z.B. Facebook Hauptseite mit aktuell 184.270 Fans und einer durchschnittlichen Reichweite eines Posts von 48.200 Personen) begleitet und gepusht.

Zusätzlich wird die Aktion über redaktionelle Teaser auf der Homepage und über den Newsletter mit 82.000 Abonnenten verbreitet.

Im Special stehen dem Kunden festplatzierte Werbemittel** (Billboard Bundle) zu, die z.B. auf die Homepage verlinken.

Keine Trafficprognose und -garantie möglich

*IVW 03/2017, AGOF 12/2016, Gesamtreichweite Social Media FIT FOR FUN: 520.000 (April 2017).

**Werbemittel müssen fertig produziert angeliefert werden.

SCHICKE UNS DEIN LIEBLINGSREZEPT

KOSTENÜBERSICHT

Gesamtkosten- Kooperation - Rezepte Wettbewerb	Kosten
Gemeinsame Konzeption, Umsetzung und 2/1 Anzeigenseiten in Print und im ePaper, die innerhalb des Kooperationszeitraumes abzunehmen sind.	58.740
Kunden-Brutto (Print):	58.740
abzüglich 20% Kooperations-Rabatt	-11.748
Kunden-Netto (Print):	46.992
Editorial -Special (Online und Mobile)*: Laufzeit 3 Monate. Eigene Subhome, Teasing im Topteaser und Koop.-Teaserbox auf der Homepage, Integration in den Newsletter und via Social Media.	12.000
Auf das Special verlinkende Cobranded-Media in der Titelrotation (Online und Mobile) auf fitforfun.de (z.B. Ad-Bundle) während der Laufzeit. Bei Konkretisierung wird durch die Forward-Adgroup ein Mediaplan kalkuliert mit Online-Media im Wert von mindestens 12.000 € KD-Netto.	12.000
Kunden-Netto (Online):	24.000
Kunden-Netto (Print und Online):	70.992
abzüglich 15% Agenturvergütung	-10.649
AE-Netto	60.343
Produktionskosten Zuschuss	2.500
zzgl. Produktionskosten** zum Aufruf und für den Nachbericht für CoBranded Online Media (Ad-Bundle, bestehend aus drei Online-Werbemittel Super Banner, Medium Rectangle und Wide Skycraper). 1x zum Aufruf 3x 650 €, 1x zum Nachbericht 3x	3.200
Gesamt Kosten:	66.043

Anzeigenpreis ist ein nicht buchbarer Ø lt. Preisliste 25, 2017. Anzeigenkosten sind abzüglich 20% Kooperations-Rabatt und nicht weiter rabatt- aber AE-fähig. Dieses gilt auch für die Titelsondervereinbarung mit FIT FOR FUN, sowie für tarifliche oder außertarifliche Rabattstaffeln. Die Anzeigen sind innerhalb des Kooperationszeitraumes abzunehmen. *Kosten Online-Special und verlinkende Media sind nicht weiter rabatt- aber AE-fähig.

**Produktionskosten sind weder Rabatt- noch AE-fähig. Zuzüglich der gültigen MwSt.

FIT FOR FUN MARKENWELT

2,95 MIO.¹ CROSSMEDIALE REICHWEITE

Die vernetzte Kommunikation in Print, Online, Mobile und Social Media schafft beste Voraussetzungen für erfolgreiche Crossmedia-Strategien.



LIZENZ
Über 100 FIT FOR FUN-Lizenzprodukte⁵ wie z.B. das eBike, Kekse, Mixer für Smoothies und DVD's



WORD-OF-MOUTH
FIT FOR FUN friends:
16.000 registrierte
WoM-Mitglieder

Native Advertising –
Kampagnen-
Inszenierungen mit
Influencern und Bloggern



NATIVE UND INFLUENCER



SOCIAL MEDIA
Facebook: ca. 387.377 Fans⁴
Twitter: ca. 11.900 Follower
Google+: ca. 92.076 Follower
Instagram: ca. 27.000 Abonnenten
Pinterest: ca. 51.837 Follower



PRINT UND EPAPER

Reichweite: 1,23 Mio. Leser¹
Verkaufte Auflage: 132.267 Ex.¹

Ø 1.243² Abonnenten
und Einzelverkäufe



**MULTISCREEN
ONLINE/MOBILE**

1,59 Mio.³ Unique User (Online/Mobile)
1,71 Mio.³ Visits (Online)
2,74 Mio.³ Visits (Mobile)



NEWSLETTER

82.000
Abonnenten,
Versand
dienstags

Quellen: ¹b4p 2016 III, MA 2017 I, IVW I/2017

²Verlagsangaben, iTunes.

³Online - IVW 03/2017, AGOF 12/2016

⁴Hauptseite und 6 Unterseiten kumuliert, Stand Mai 2017

⁵Stand Oktober 2016

IHRE ANSPRECHPARTNER

Richard Kraus
Senior Brand Manager

T 040. 41 31. 12 19
richard.kraus@burda.com

Nicole Meisner
Senior Manager Media Solutions

T 040. 41 31. 12 57
nicole.meisner@burda.com