

# Mediadaten Playboy.de



## Playboy.de

"Alles, was Männern Spaß macht" ist die zentrale Botschaft, die Themenvielfalt aktuell und abwechslungsreich.

Playboy.de erzählt von

- schönen Frauen
- Menschen, die ihre Träume verwirklichen
- einem Lebensgefühl, das unsere Phantasie anregt.

Kombiniert mit allen Themen des alltäglichen Lifestyles inszeniert die Redaktion täglich eine Welt, die Männer interessiert.

The screenshot shows the Playboy.de website interface. At the top, there is a navigation bar with the Playboy logo and tagline "alles, was männern spaß macht". Below the navigation bar, there are several featured sections:

- titelstar 11/2010**: A large image of a woman with glitter on her body. Text: **ANNEKE DÜRKOPP**, Deutschlands schönste Wetterfee. Was für ein heißer Herbst: N24-Moderatorin **Anneke Dürkopp**, wie wir sie niemals im TV sehen werden ...mehr
- girl des tages**: A woman sitting on a white surface. Text: Marie Amihere, BILDERGALERIE MARIE AMIHERE, Wer wird morgen das GIRL DES TAGES? JETZT ABSTIMMEN
- Playmate November**: A woman's face. Text: **MONIKA KALISZ**, November-Playmate **Monika Kalisz** wickelt in ihrer polnischen Heimat genauso wie in Deutschland die Männer um den Finger ...mehr. Below this is a list of other playmates: April ESTEFANIE WIELAND • März NADIN MATTHES • Februar KATIE STEINER • Januar MYO LING • Dezember SABINE-MARIE SCHMIDT • November DARIA EPPERT • Oktober JENNIFER MARTIN • Alle Playmates ZUR PLAYMATE-ÜBERSICHT
- AXN**: A small image of a woman. Text: **„BUNNY NACH 8“ ON AIR**, Wie haben wir sie vermisst, die Programmansagerinnen der 80er Jahre, die so freundlich durchs TV-Programm geführt haben. Playboy und AXN schicken jetzt das „Bunny nach 8“ on air – täglich um 20.15 Uhr Primetime-Moderation durch die Playmate des Monats ...mehr
- featured**: A section titled "Playboy Germany auf Facebook" with a "Gefällt mir" button and a list of 16,208 people who liked the page. Names listed include Bogdan, Nadine, Peter, Marianny, Pavel, Paktam, Kevin, Andre, Caz, Remy.

Trends und Lifestyle auf diesen Umfeldern:

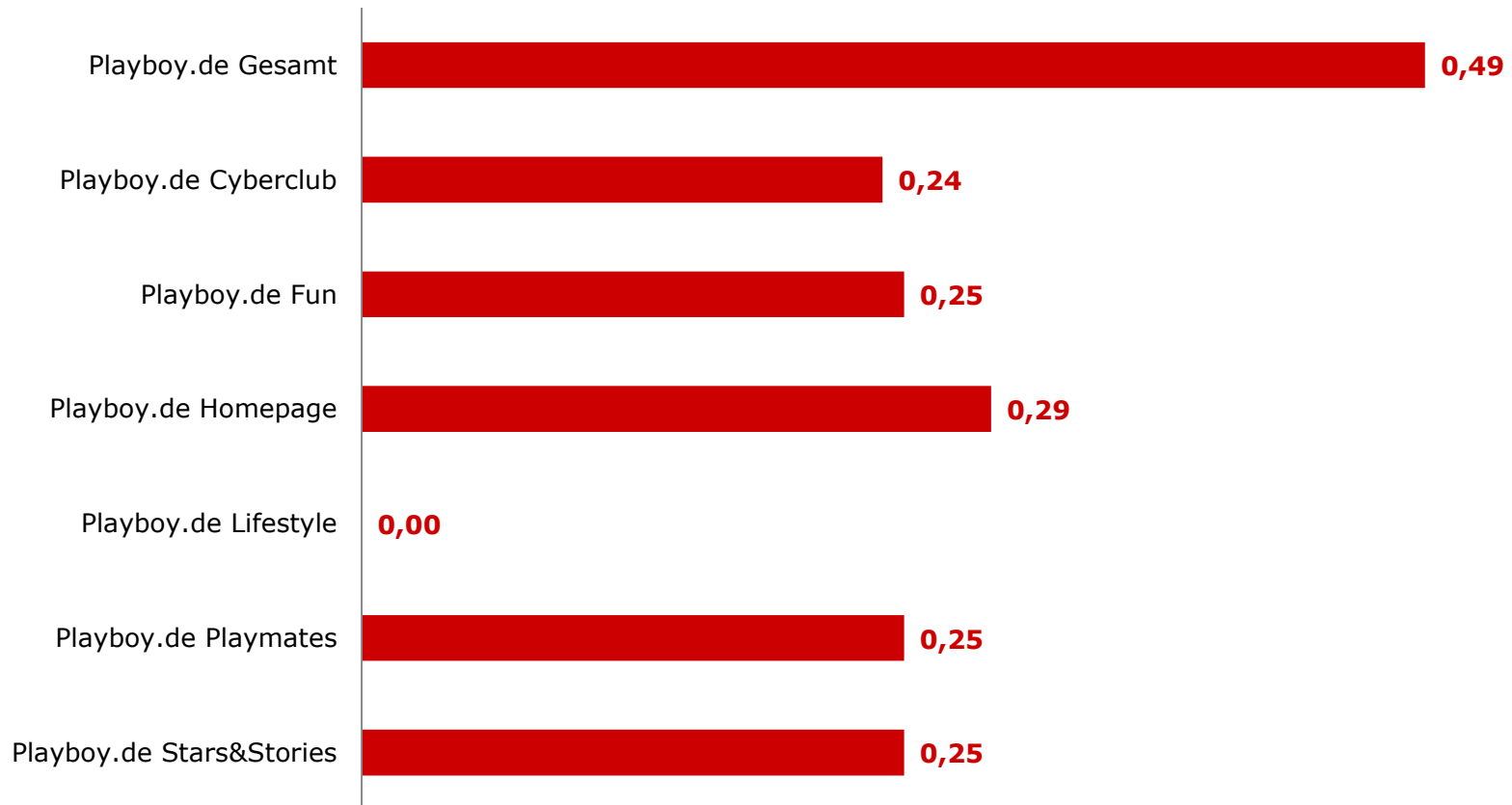
- Playboy Online
  - Stars & Stories
  - Playmate
  - Cyberclub
  - Lifestyle
  - Videos
  - Fun
  - Poker
  - Games
  - Shop
- Playboy Mobile

The screenshot shows the Playboy.de website interface. At the top, there's a navigation bar with the Playboy logo and the tagline 'alles, was männern Spaß macht'. Below the navigation bar, there are several content sections:

- essen & trinken**: A featured article titled 'ESPRESSO – DER KAFFEE FÜR ECHTE KERLE' with a sub-headline 'powered by www.derberater.de'. The text describes the original Italian espresso.
- girl des tages**: A section featuring Marie Amihere, with a sub-headline 'BILDERGALERIE MARIE AMIHERE' and a poll 'Wer wird morgen das GIRL DES TAGES? JETZT ABSTIMMEN'.
- Fruchtbarkeit: WIE GUT IST MEIN SPERMA?**: An article discussing fertility issues, with a sub-headline 'Mangelnde Fruchtbarkeit – ein Frauenproblem? Nein. In 30 bis 40 Prozent der Fälle von unerfülltem Kinderwunsch liegt die Ursache bei uns Männern. Aber auch in anderen Situationen, wenn zum Beispiel eine flüchtige Affäre schwanger wird, möchte man gern wissen! Bin ich eigentlich fruchtbar, komme ich als Erzeuger überhaupt in Frage? Und: Wie finde ich das am schnellsten heraus? ...mehr'.
- DER JEANS-KNIGGE**: An article about jeans, with a sub-headline 'Eine Jeans sollte nicht nur perfekt zu ihrem Träger, sondern auch zur jeweiligen Lebenslage passen. Wir erklären, welche Jeans zu welchem Anlass die richtige ist ...mehr'.

At the bottom right, there are several advertisements, including one for 'Kurztrip Mallorca 177€' and another for 'Teuer Krankenversichert?'.

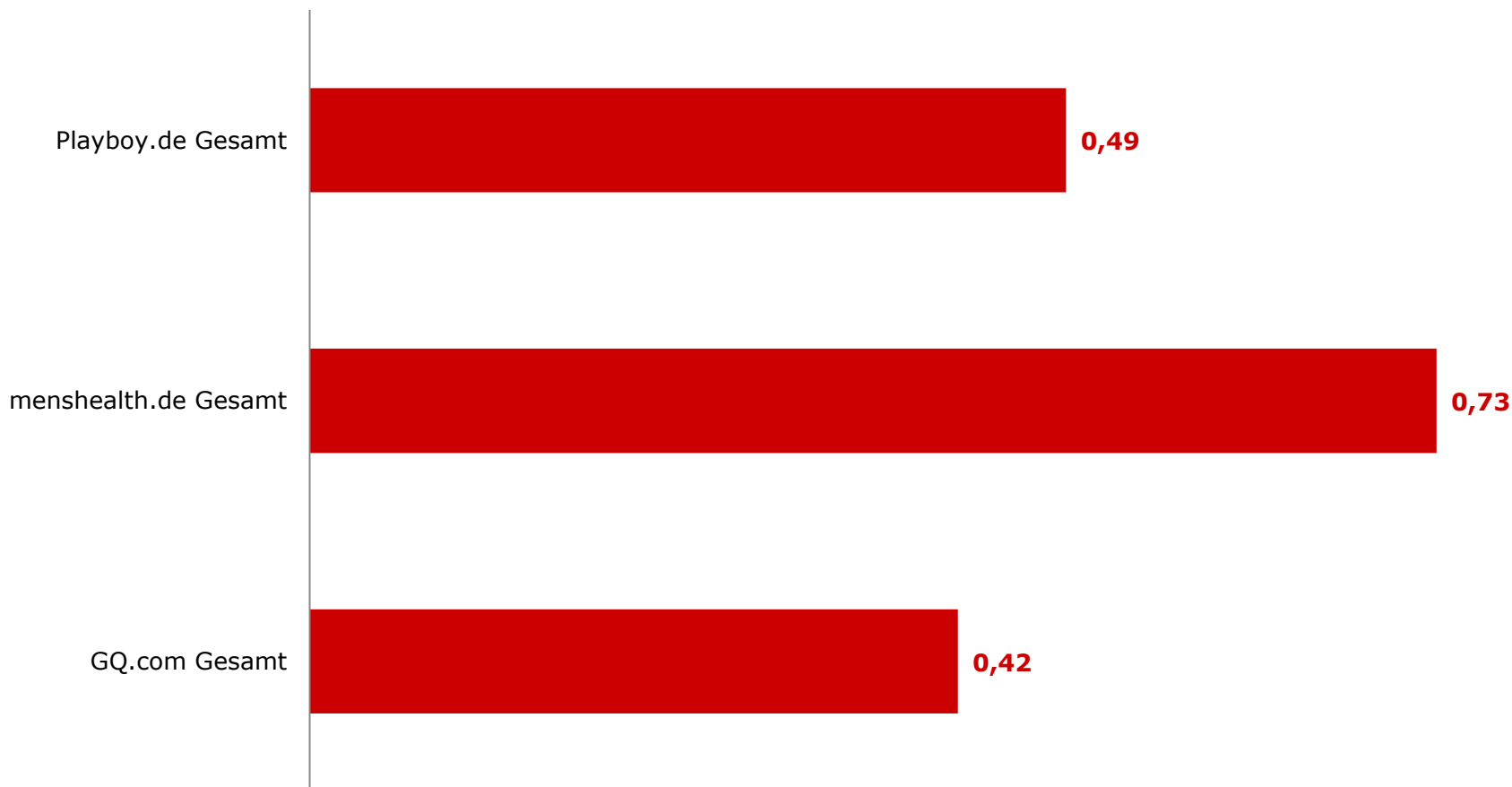
## Unique User in Mio.



Quelle: AGOF internet facts 2012-01

# Playboy.de – Reichweite im Konkurrenzumfeld

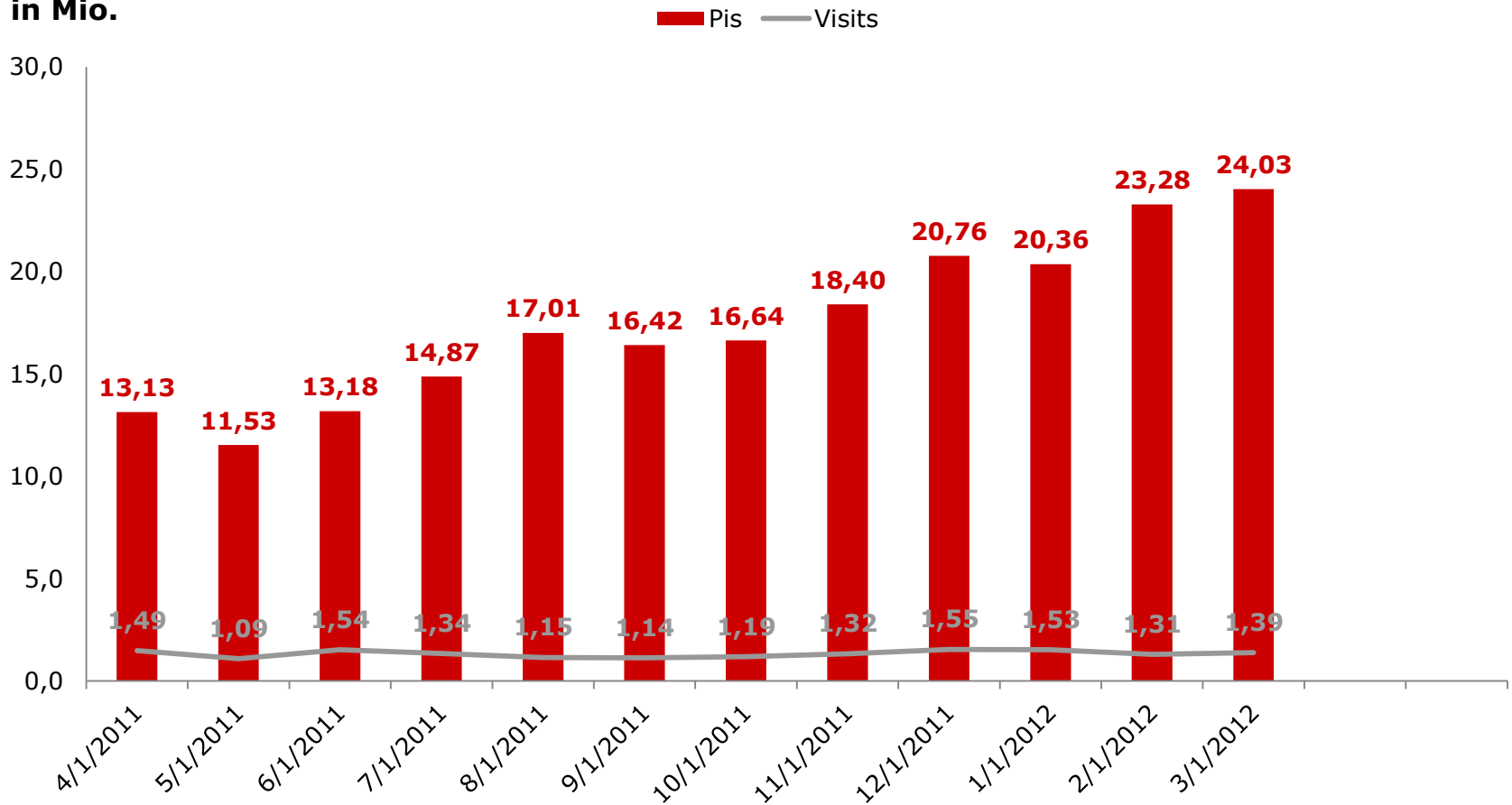
## Unique User in Mio.



Quelle: AGOF internet facts 2012-01

# Playboy.de - Trafficientwicklung

in Mio.



Quelle: IVW 03/2012

## **Andreas, der typische Playboy.de Nutzer**

- ist zwischen 20-39 Jahre alt
- ist in Ausbildung oder berufstätig und hat ein HHNE von 2.000 Euro und mehr
- ist werbeaffin und wurde durch Werbung schon häufiger auf interessante Produkte aufmerksam gemacht
- sieht sich als Wortführer und legt auf Produkte wert, die als Statussymbol dienen

## **interessiert sich vor allem für**

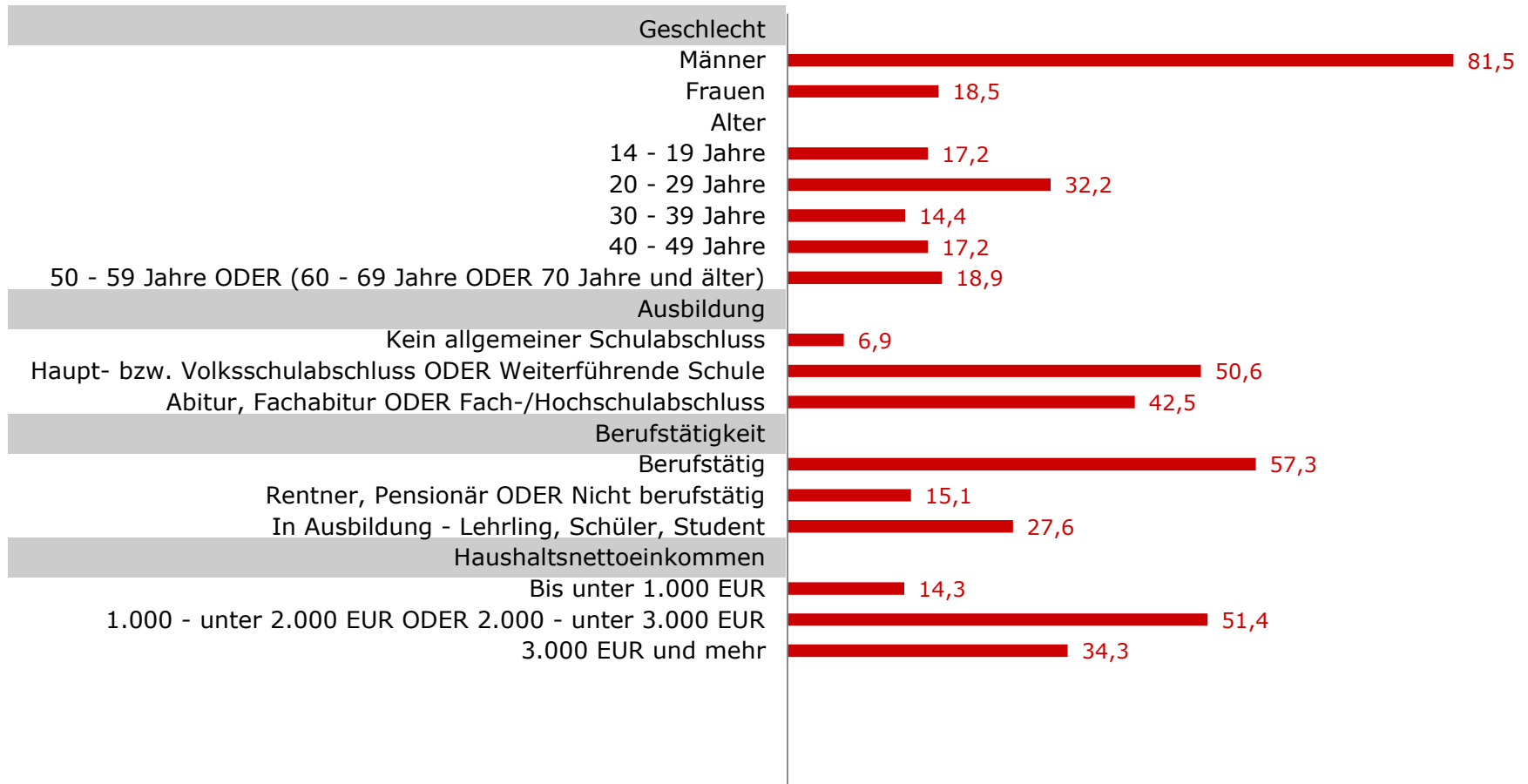
- Computerhard- und Software
- Computer- und Videogames
- Heimkino/Surround-anlage

Quelle: AGOF internet facts 2012-01



Andreas Leinert, 34 Jahre, Vertriebsingenieur

## Anteil in %



Quelle: AGOF internet facts 2012-01

			BRAND			BRAND REACH		
		Werbeformen	Format	Umfeld	Run of Site	Vertical	Run of Network + Targeting	Run of Network
Online	UAP- Formate	Super Banner	728x90	40	35	30	20	10
		Skyscraper	160x600	40	35	30	20	10
		Medium Rectangle	300x250	60	55	50	40	30
		Ad Bundle	728x90 / 160x600 / 300x250	-	-	-	30	20
	PAP- Formate	Billboard	800x250	80	75	-	-	-
		Halfpage Ad	300x600	80	75	70	-	-
		Banderole Ad	770x250	90	85	80	70	-
		Push Down Ad	728x90/300 (expand)	90	85	-	-	-
	Sonderformate	Interstitial	800x600	90	85	80	70	60
		Flash Layer	400x400	80	75	70	60	50
		Flash Layer + Super Banner	400x400 + 728x90	90	85	80	70	60
		Flash Layer + Skyscraper	400x400 + 160x600	90	85	80	70	60
Flash Layer + Medium Rectangle		400x400 + 300x250	90	85	-	-	-	
Wallpaper light		728x90 + 160x600	70	65	60	50	40	
	Wallpaper	728x90 + 160x600 + Hintergrund	80	75	70	-	-	
Video	Floor Ad	1200x200/400 (expand)	90	85	80	70	-	
	Full Screen Spot + Wallpaper-Reminder	bis 15 Sek. + 728x90 + 160x600 + Hintergrund	auf Anfrage	-	-	-	-	
	Video Ad preroll	bis 20 Sek.	90	85	-	70	60	
	Video Kombi Ad preroll + Ticker Ad	bis 20 Sek. + 300x50	-	90	-	80	70	
Targeting	Targetingkombinationen / Retargeting		-	10	10	10	-	
	Targeting allgemein	Optimierte Zielgruppenansprache - unabhängig vom Themenumfeld - durch technische Parameter (technisches Targeting, z.B. Uhrzeit, Browser), regionale Interessen (Regiotargeting), soziodemographische Daten oder Affinitäten der Nutzer (Predictive Behavioral Targeting) sowie durch Frequency Capping zur Kontaktklassensteuerung einer Kampagne. TOMORROW FOCUS Media empfiehlt alle Targetingoptionen über das Produkt "Run of Network + Targeting" zu buchen, um minimale Streuverluste bei maximaler Reichweite zu gewährleisten.						
Aufpreis	Streaming	Hosting bei TOMORROW FOCUS Media	10	10	10	10	10	
	Expanding	mouseover / preexpanding	20	20	20	20	20	

# Ihr Ansprechpartner bei TOMORROW FOCUS Media



**Marco von Dahle**

*Head of Sales, Nielsen I / V -VII*

Christoph-Probst-Weg 1  
20251 Hamburg

Tel: 040/44 11-77 26  
Fax: 040/44 11-79 71  
m.vondahle@tomorrow-focus.de



**Rico Pedrotti**

*Head of Sales, Nielsen IIIa*

Wiesenau 36  
60323 Frankfurt

Tel: 069/7137 669-81  
Fax: 069/7137 669-83  
r.pedrotti@tomorrow-focus.de



**Sabrina Büchel**

*Head of Sales, Nielsen II*

Hildebrandtstraße 4 D  
40215 Düsseldorf

Tel: 0211/610 19 6-250  
Fax: 0211/610 19 6-299  
s.buechel@tomorrow-focus.de



**Florian Weber**

*Key Account Manager Finance & Automotive  
und Vertretung für Head of Sales, Nielsen  
IIIb/IV*

Neumarkter Str. 61  
81673 München

Tel.: 089/92 50-12 98  
Fax: 089/92 50-28 51  
f.weber@tomorrow-focus.de