

media **impact** —

FITBOOK

Beach Camp

SPONSORING

FITBOOK BEACH CAMP

GANZ NAH DRAN AN DEINER ZIELGRUPPE



FITBOOK
Beach Camp
powered by **KETTLER**
Sport

Urlaub für Fitness-Fans
Sport & Erholung auf Kreta
30.09. - 07.10.2022

WERDE SPONSORING-PARTNER



TRAINER IM FITBOOK BEACH CAMP

Yogalehrer Stephan Suh:
»Ich mache keine Show,
sondern will die Leute
erden



„FITBOOK BEACH CAMP“-TRAINER

Kampfsport-Profi Tim von
Fintel erklärt, warum
Fitness-Boxen das bessere
HIIT ist



„FITBOOK BEACH CAMP“-COACH
SASCHA WINGEFELD

Cross-Triathlon-
Europameister verrät,
worauf es bei der
Leistungssteigerung
ankommt

FITBOOK
Beach Camp
powered by **KETTLER**
Sport



Alle Infos gibt's hier

DAS KONZEPT

DAS CAMP

- ✓ Sport- und Fitnessurlaub für Männer und Frauen
- ✓ 30.Sept. - 07.Okt. 2022, auf Kreta
- ✓ Hotel (5*):
[Kalimera Kriti Hotel & Village](#)
- ✓ Trainingsprogramm von Experten entwickelt
- ✓ Tickets und Anreise ab April (Start zur FiBO) buchbar bei Mimind (Reiseveranstalter)

DAS TEAM

- ✓ Professionelle Coaches aus der Sportwissenschaft, Sportmedizin, Sportpsychologie
- ✓ Leitung durch Prof. Dr. Stephan Geisler ("Der Fitnessprof")
- ✓ Medienpartner: FITBOOK

UNSER USP

- ✓ Hochwertige Sportreise von und mit Fitness-Experten und Wissenschaftlern
- ✓ Breites Trainingsprogramm für jedes Fitness-Level
- ✓ Über 30 Sportkurse und Workshops für Körper und Geist
- ✓ Optionale Körperanalysen und Optimierungskonzepte
- ✓ Abwechslungsreiches Abendprogramm, u.a. Experten-Panels

UNSERE ZIELE

- ✓ Branding Effekt & Markenstärkung: FITBOOK & Partner erlebbar machen
- ✓ Partner-Produkte kennenlernen und Einsatz erproben
- ✓ Content-Produktion für die Redaktion
- ✓ Zahlt auf unseren Promise ein: FITBOOK aktiver leben!

DAS TEAM - DER SPORTLICHE LEITER



PROF. DR. STEPHAN GEISLER



TEAM

- ✓ Professor für Fitness und Gesundheit an der IST-Hochschule Düsseldorf
- ✓ Leiter der Fitnesstrainer-Ausbildung der Deutschen Sporthochschule Köln
- ✓ Initiator und Mitglied des Deutschen Fitnesswissenschaftsrates
- ✓ Betreiber des [Bildungs-Youtube-Kanals](#)
- ✓ Passionierter Kraftsportler und Experte in diversen TV-Formaten (MOMA, Stern-TV, Gottschalk und Jauch uvm.)
- ✓ Kolumne bei FITBOOK „[Der Fitness-Prof](#)“

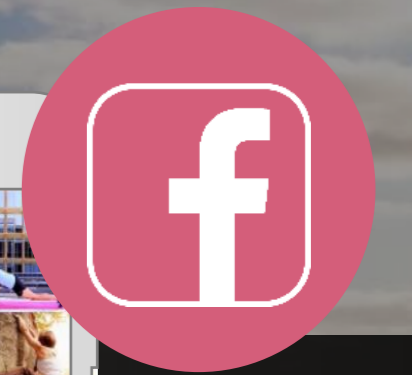
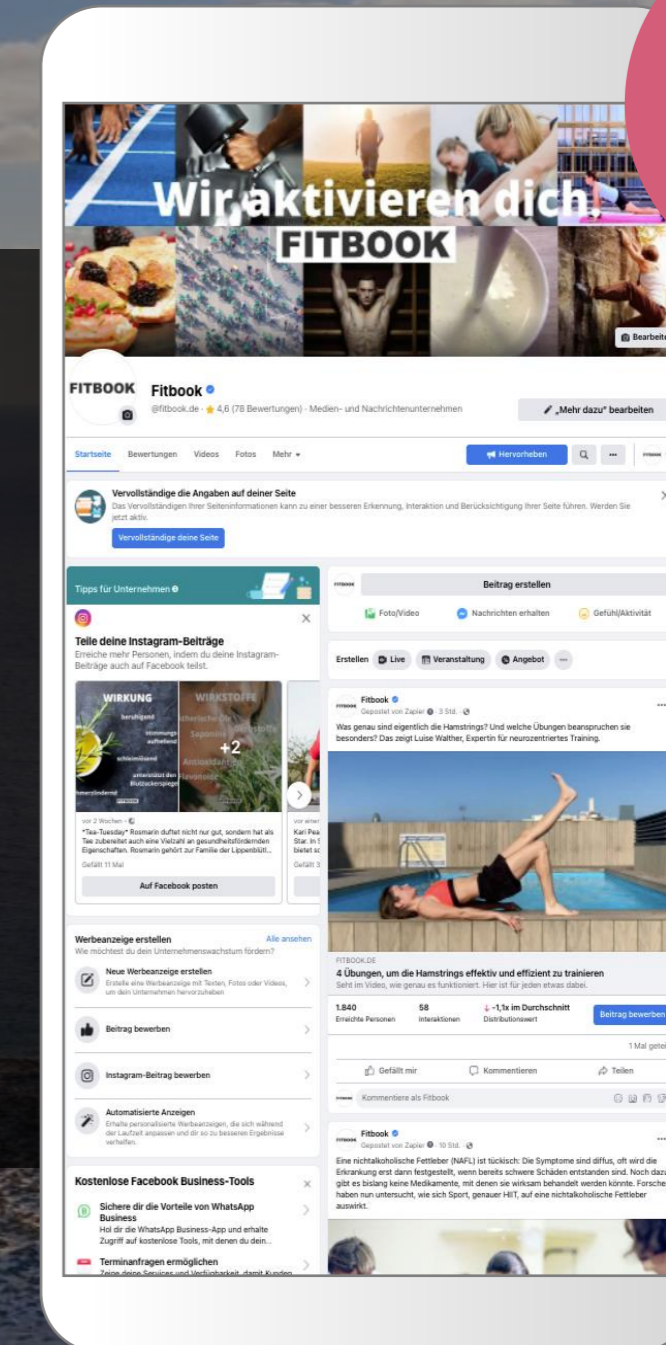
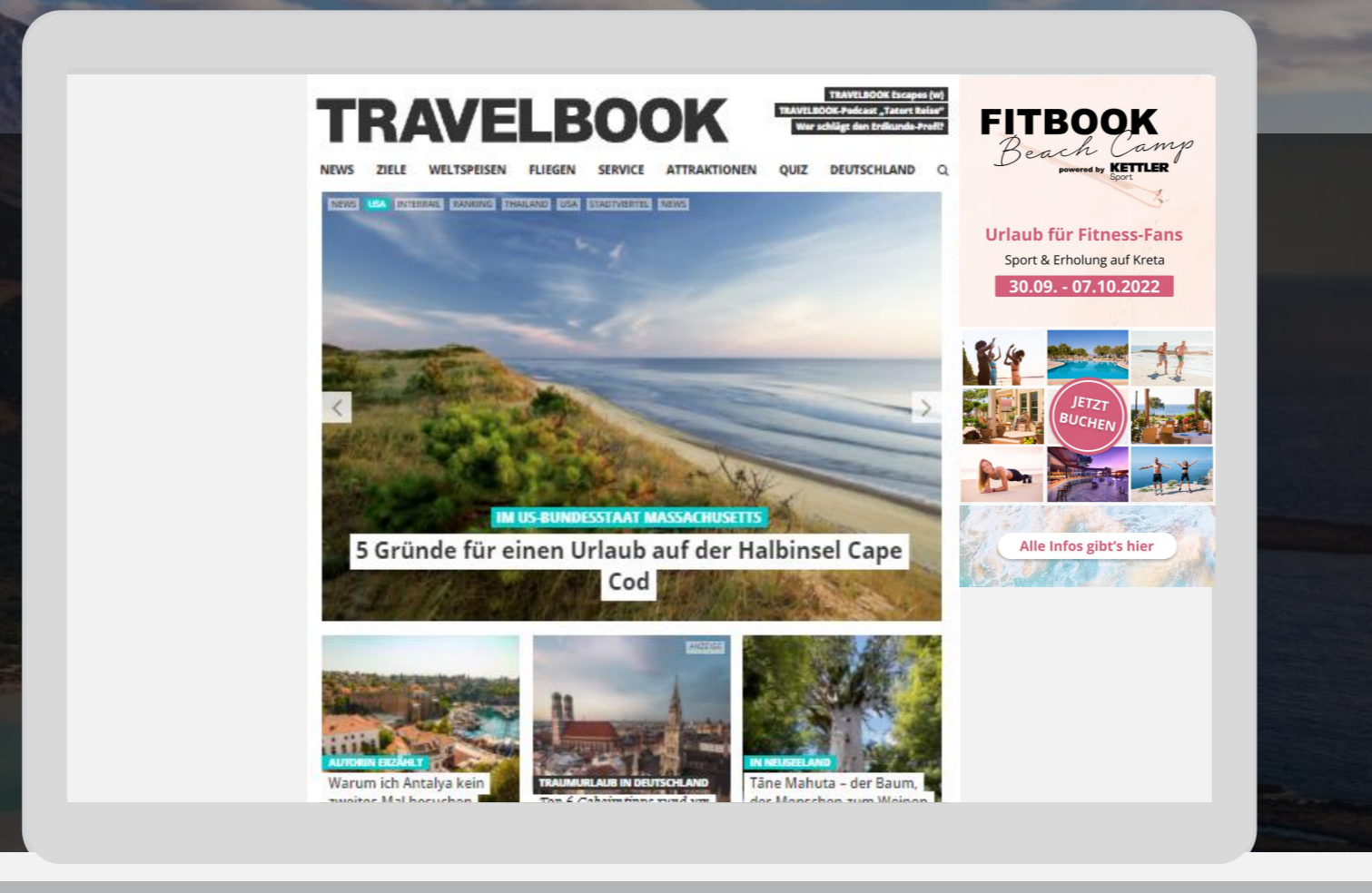
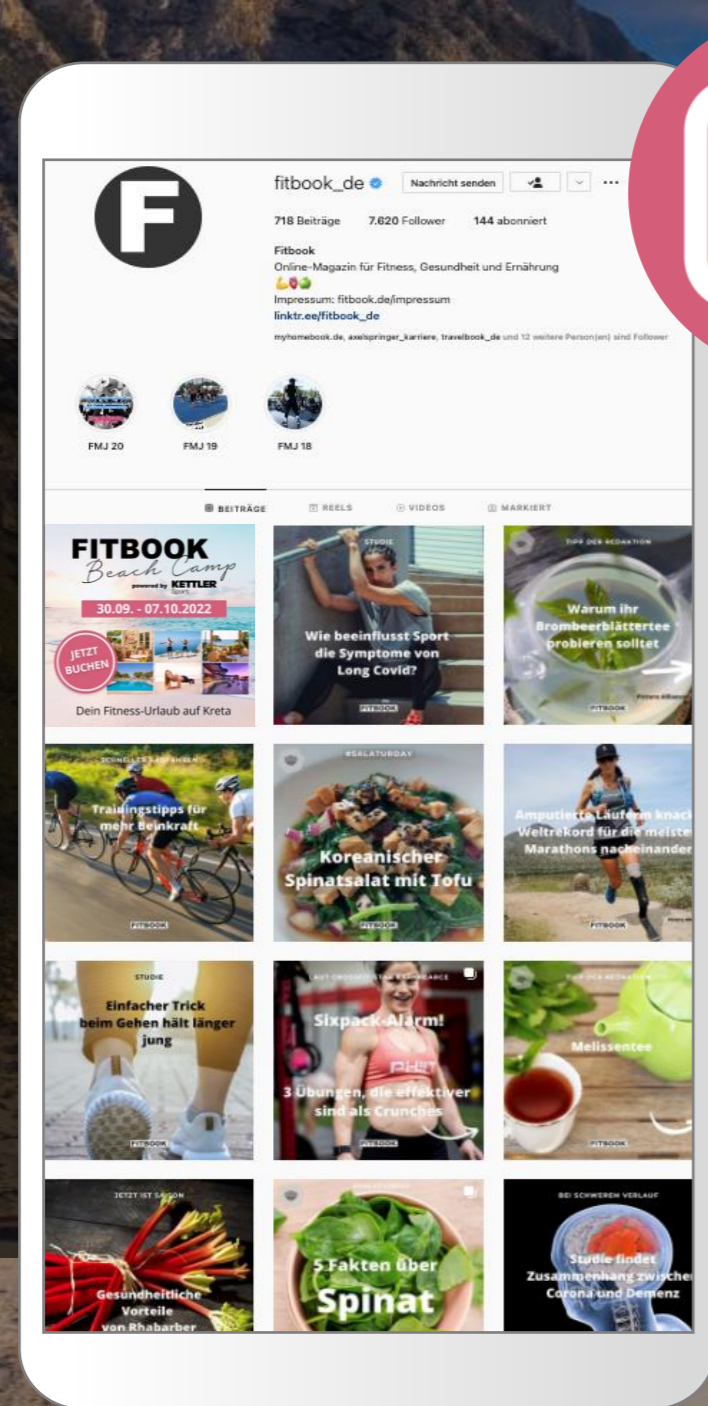
SPONSOR SEIN LOHNT SICH!

- ✓ **Positiver Branding-Effekt** für Ihre Marke
- ✓ Gezielte **Ansprache** einer sportlich motivierten und wellness-affinen **Zielgruppe**
- ✓ **Kaufanreiz** durch z. B. Product Placement
- ✓ **Persönliches Feedback** der Teilnehmer
- ✓ **Crossmediale Bewerbung** des Events

The screenshot shows the FITBOOK website interface. At the top, the word "Werbemittel" is written in red. The main header features the "FITBOOK" logo and navigation links for NEWS, FITNESS, HEALTH, FOOD, and MIND & BODY. A search icon is also present. Below the header, a prominent article titled "FITBOOK BEACH CAMP" is displayed. The article features a circular image of a person performing a yoga pose on a beach at sunset. The text below the image reads "30. SEPTEMBER BIS 07. OKTOBER 2022" and "Urlaub für Fitness-Fans! Das FITBOOK Beach Camp auf Kreta". Below this main article, there are three smaller article teasers: 1. "30.9. BIS 7.10. AUF KRETA" with a sub-headline "„FITBOOK Beach Camp“-Leiter erklärt, warum man unbedingt dabei sein sollte". 2. "ZIEL, ENTSCHEIDEND!" with a sub-headline "Muskelaufbau, Bodyshaping – was Frauen beim Krafttraining beachten sollten". 3. "„FITBOOK BEACH CAMP“-COACH SASCHA WINGENFELD" with a sub-headline "Cross-Triathlon-Europameister verrät, worauf es bei der Leistungssteigerung ankommt".

*Themenbühne „Beach Camp“

HOHE SICHTBARKEIT AUF VIELEN KANÄLEN



Sichtbarkeit auf weiteren Axel Springer-Kanälen: BOOKs Newsletter, TRAVELBOOK, BILD etc.

SPONSORING-MÖGLICHKEITEN

10.000
EUR

Camp Partnerschaft

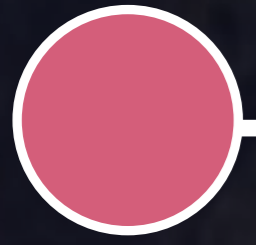
- ✓ **Video:** Bereitstellung einer Videodokumentation mit **Fokus auf den Partner**, das Video kann für die eigene Kommunikation genutzt werden
- ✓ **Product Placement möglich:** (z. B. Bereitstellung durch Sponsor: Equipment, Kleidung / Merch, tbd.)
- ✓ **Double Dynamic Sitebar + Mobile Understitial: 100.000 AIs** auf dem Beach-Camp-Content

AdOn

Advertorial

Brand Story

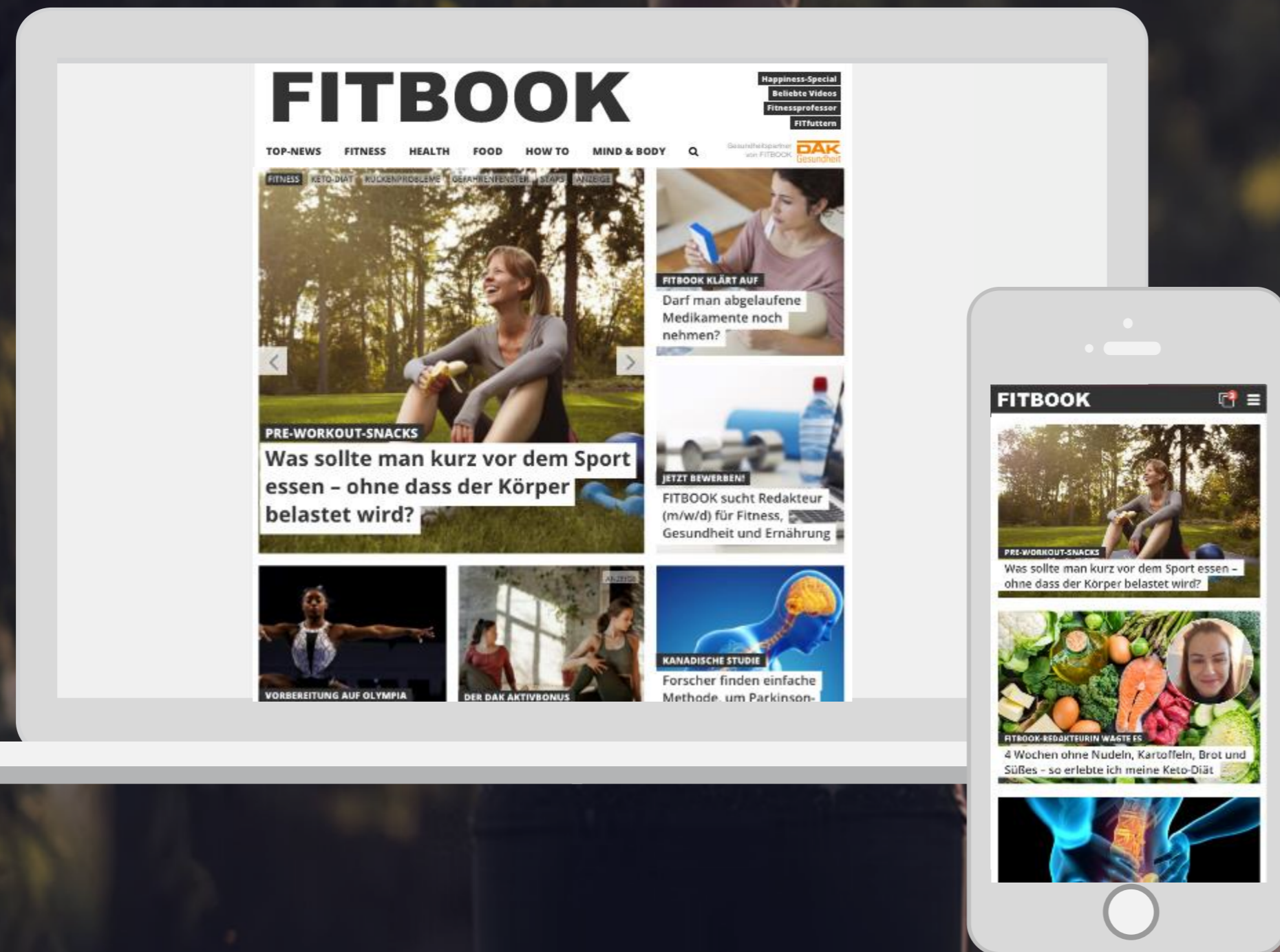
Home-Tagesfestplatzierung



FITBOOK IN A NUTSHELL

DAS DIGITALE PORTAL FÜR FITNESS UND GESUNDHEIT

FITBOOK IN A NUTSHELL



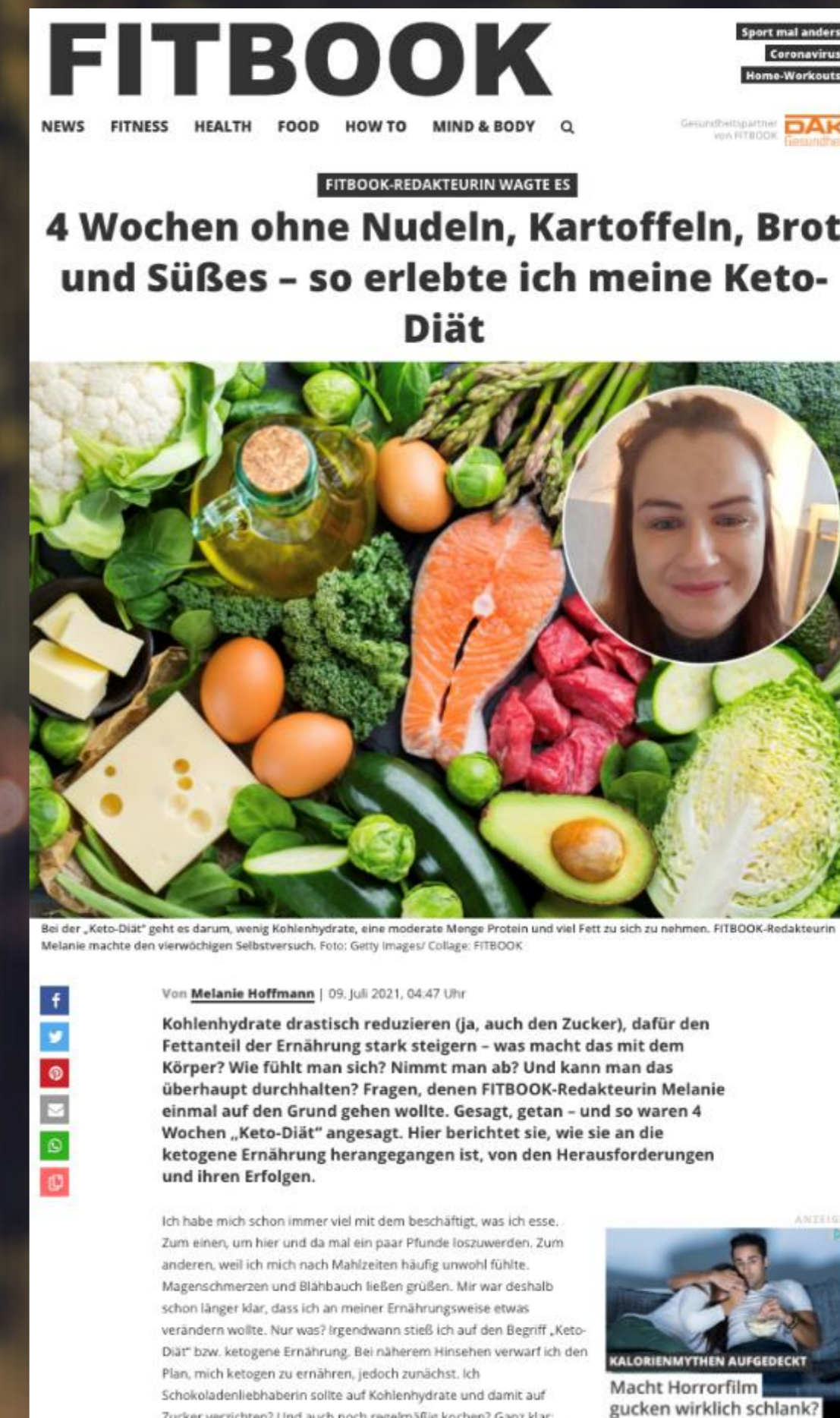
2,38 Mio. Unique User*
4,83 Mio. Visits**
6,52 Mio. Pls**

DAS DIGITALE PORTAL FÜR FITNESS UND GESUNDHEIT

GUTE GRÜNDE FÜR FITBOOK

DEUTSCHLANDS GRÖSSTES ONLINE-PORTAL FÜR FITNESS- UND GESUNDHEITSTHEMEN

- ✓ **FITBOOK** ist frischer Qualitätsjournalismus für Fitness- und Health-Themen – für jeden verständlich
- ✓ **FITBOOK** gibt Orientierung und ordnet Themen meinungsstark und wissenschaftlich ein – der Großteil der Artikel enthält Expertenmeinungen von Ärzten, Sportlern, Wissenschaftlern und Innovationsforschern
- ✓ **FITBOOK** gibt Inspiration und Anleitung für ein gesünderes und fitteres Leben mit Unterstützung von Sportlern, Stars und Influencern
- ✓ **FITBOOK – aktiver leben.**



The screenshot shows the FITBOOK website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like NEWS, FITNESS, HEALTH, FOOD, HOW TO, MIND & BODY. The main headline reads "FITBOOK-REDAKTEURIN WAGTE ES" followed by "4 Wochen ohne Nudeln, Kartoffeln, Brot und Süßes – so erlebte ich meine Keto-Diät". Below the headline is a large image of various keto-friendly foods like salmon, avocado, and vegetables, with a circular inset photo of the author, Melanie Hoffmann. The article text discusses her experience with the keto diet, mentioning reduced carbohydrates and increased fat intake.

DIE FITBOOK-NUTZER

1 FOLLOWER

„Ich bin interessiert an einem gesunden Lebensstil, probiere viel aus und wechsele öfter mal die Disziplin. Fitness gehört zu meinem Lifestyle.“



Anna, 29

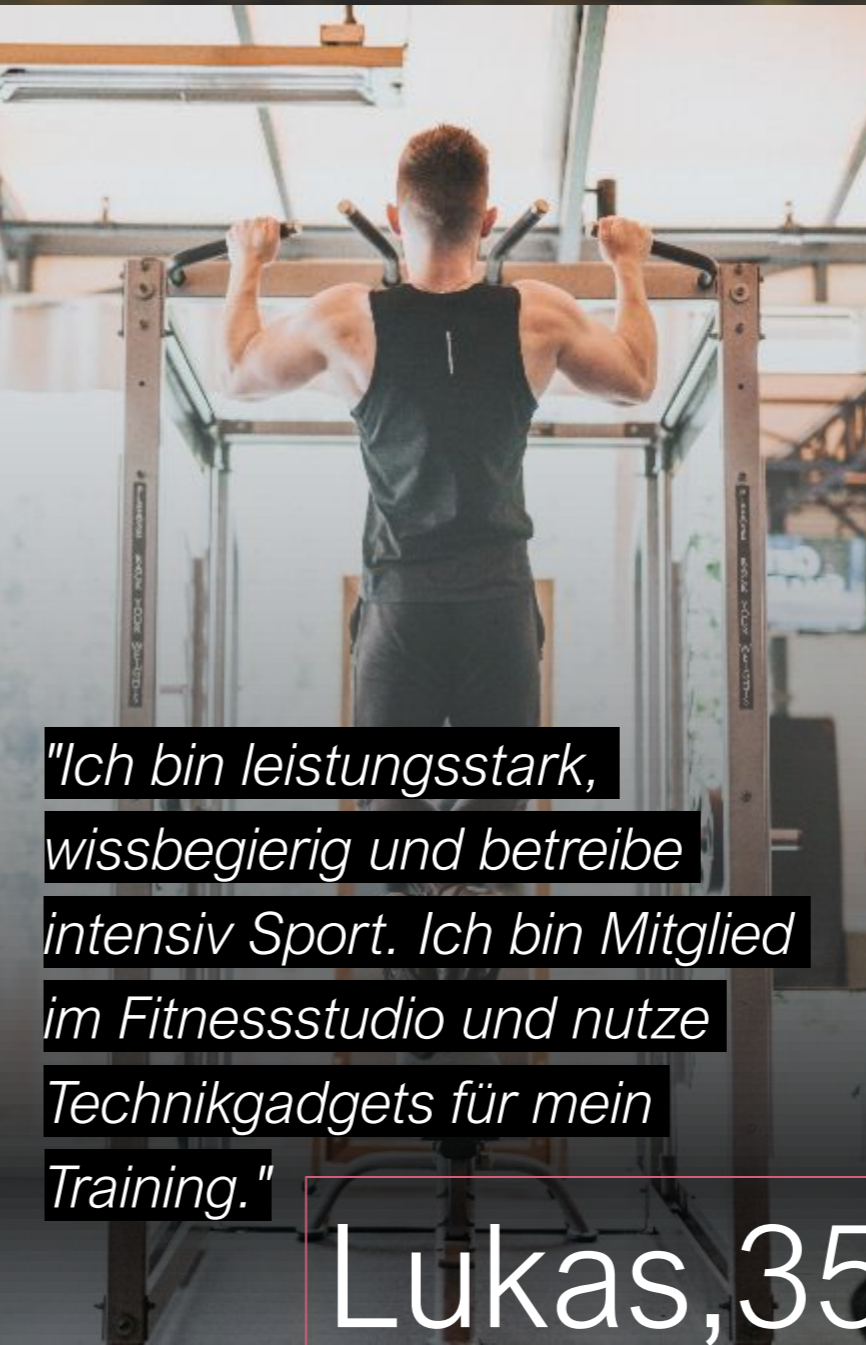
2 TRENDSETTER

Mia, 32

„Ich liebe es, meinen trendigen, fitten, gesunden Lifestyle auf diversen Social Media Plattformen zu teilen. Ich bin neugierig und experimentiere gerne mit neuen Dingen.“



3 PERFORMER



„Ich bin leistungsstark, wissbegierig und betreibe intensiv Sport. Ich bin Mitglied im Fitnessstudio und nutze Technikgadgets für mein Training.“

Lukas, 35

- sind zu **56%** Männer
- sind zu **66%** zwischen **20 - 49 Jahre** alt
- haben zu **54%** ein **HHNE > 3.000 EUR**
- **80%** sind berufstätig
- haben zu **48%** ein hohes Bildungsniveau*

TOP-AFFINITÄTEN DER ZIELGRUPPE



GESUNDE ERNÄHRUNG

- „Gutes Essen und Trinken spielen in meinem Leben eine große Rolle“:
Affinitätsindex 106
- „Beim Einkauf von Lebensmitteln achte ich mehr auf die Marke als auf den Preis“:
Affinitätsindex 108



GESUNDHEIT

- “Es ist mir wichtig, etwas für meine Gesundheit zu tun“: **Affinitätsindex 94**
- Interesse Gesundheitsprodukte:
Affinitätsindex 124



SPORTARTIKEL KAUFINTERESSEN

- Sportgeräte:
Affinitätsindex 118
- Sportkleidung:
Affinitätsindex 127
- Sportschuhe:
Affinitätsindex 127



FREIZEITBESCHÄFTIGUNG SPORT

- Tennis spielen mindestens einmal im Monat:
Affinitätsindex 129
- Ski fahren, Snowboarden, mindestens einmal im Monat:
Affinitätsindex 131
- Basketball spielen mindestens einmal im Monat:
Affinitätsindex 128



ALTERNATIVE ERNÄHRUNGSINTERESSEN

- Schlankheitskost:
Affinitätsindex 111
- Kalorienreduzierte Lebensmittel, Lightprodukte:
Affinitätsindex 109
- Biolebensmittel:
Affinitätsindex 108

REDAKTIONELLES KONZEPT

UNSERE RUBRIKEN UND THEMEN



FITNESS

Home Workouts, Vereine, Ausdauer, Beweglichkeit, Sportarten, Muskelaufbau, Outdoor



NEWS

Studienergebnisse, Fitnessroutinen von Stars, Interviews



HEALTH

Studien, Herz-/Kreislauf-System, Richtige Bewegung, Verletzung, Prävention



FOOD

Produkte, Gesunde Ernährung, Transparenz, Rezepte



HOW TO

Trainingsanalysen, Stars & Influencer, Portraits, Workout-Videos, Tipps & Tricks



MIND & BODY

Psyche, Regeneration, Gedächtnis-training, Stressbewältigung, Entspannung

FITBOOK bietet seinen Usern Wissenswertes von Experten, Ärzten, Sportlern, aber auch von Stars und Influencern zu Themen rund um Fitness, Gesundheit und Ernährung. Die Inhalte werden attraktiv und mit Fokus auf die Teilbarkeit in sozialen Netzwerken präsentiert.

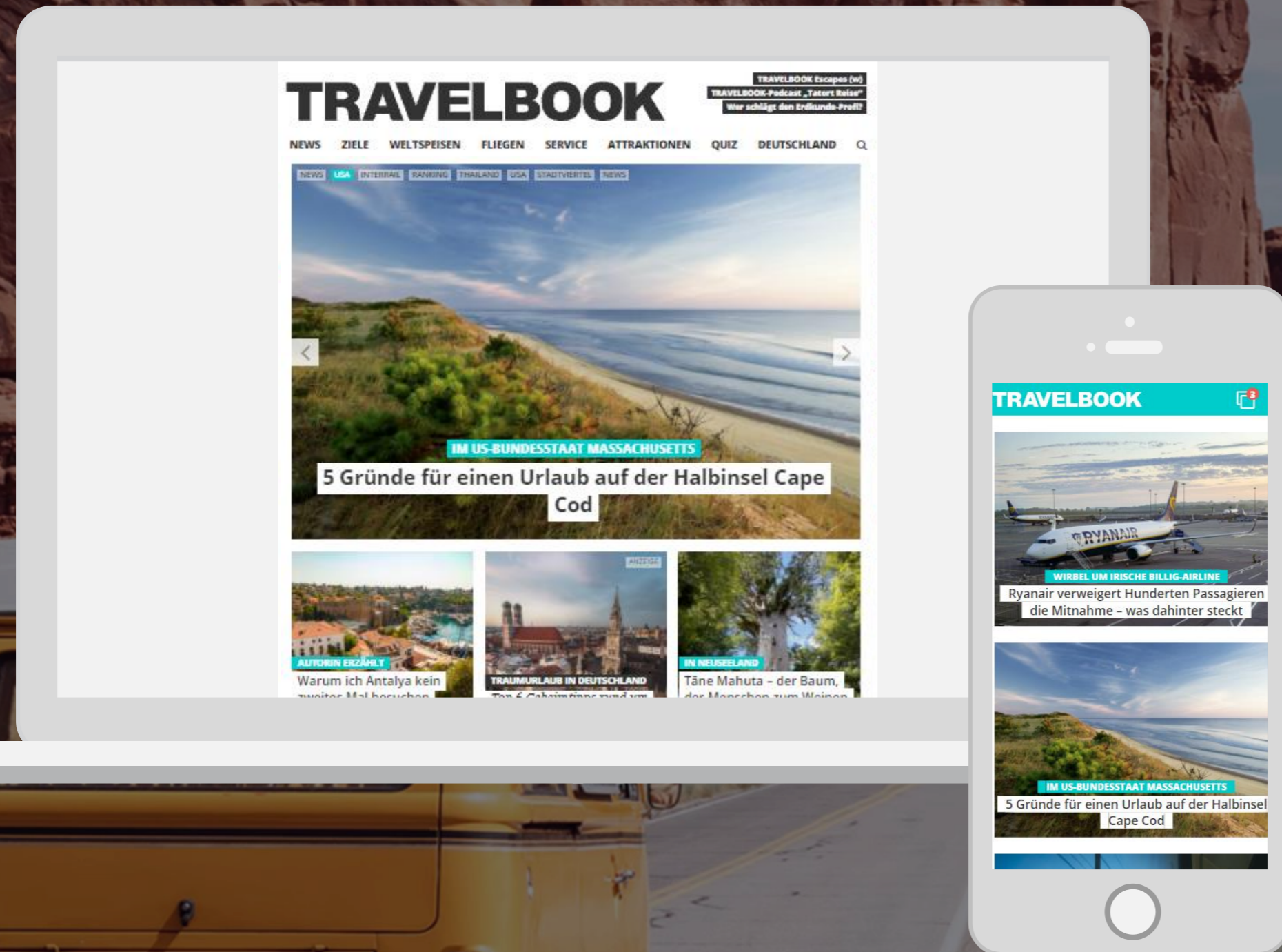


TRAVELBOOK IN A NUTSHELL



DEUTSCHLANDS GRÖSSTES ONLINE-REISEMAGAZIN

TRAVELBOOK IN A NUTSHELL



2,72 Mio. Unique User*
4,83 Mio. Visits**
6,66 Mio. Pls**

DIE TRAVELBOOK-NUTZER

1 FOLLOWER



„Wir sind interessiert an Reisen, bei denen Groß und Klein viel erleben. Familie und Freunde stehen für uns an erster Stelle. Bei ihnen holen wir uns im Vorfeld einer Reise auch gerne Tipps und Inspiration.“

Jan, 35 & Lena, 31

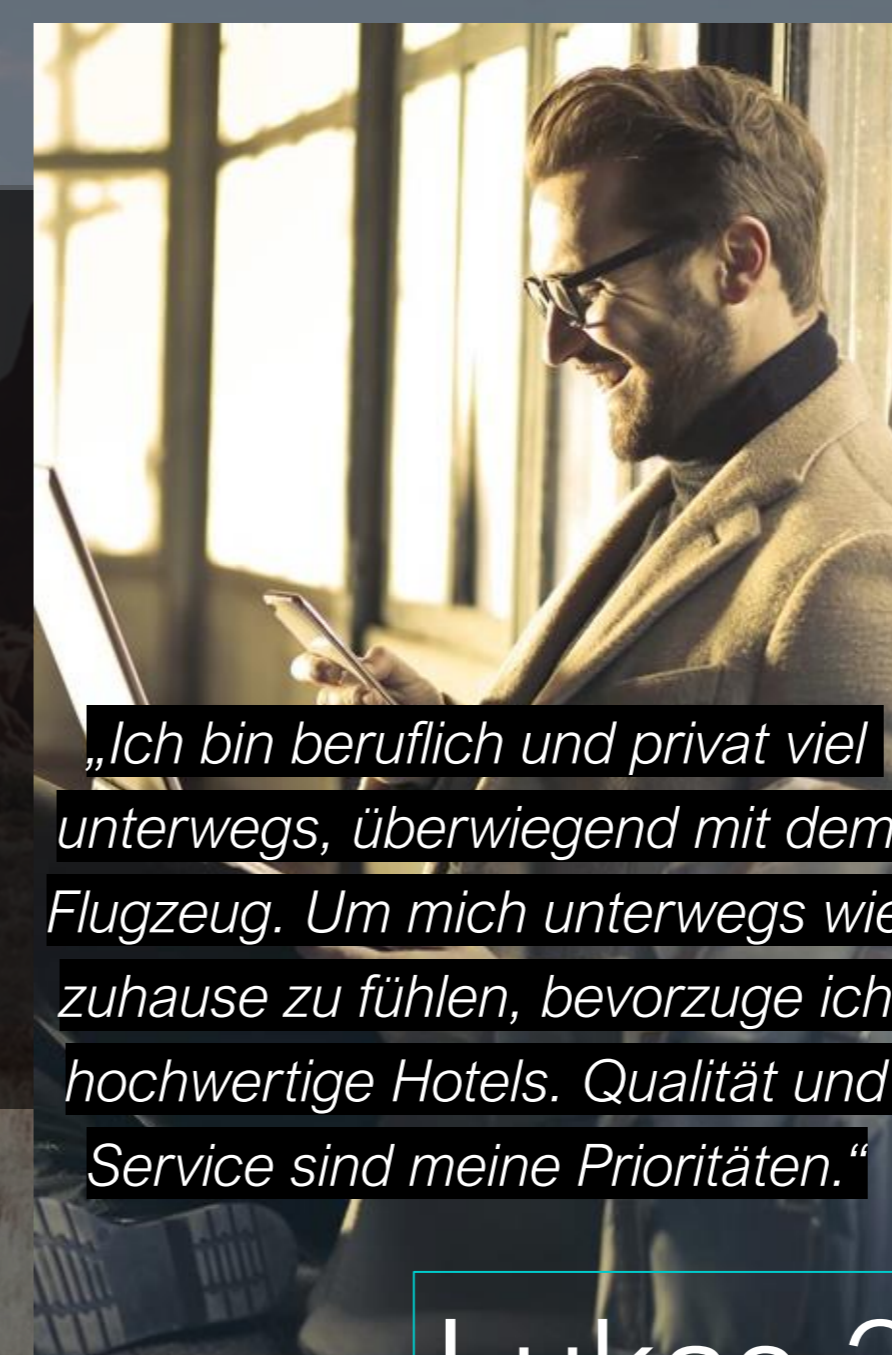
2 TRENDSETTERIN



Vanessa, 25

„Bei meiner Reise versuche ich, so viel wie möglich, für kleines Budget zu sehen. Dabei setze ich auf Nachhaltigkeit und liebe es meine Backpacker-Travel-Tipps auf Social-Media-Plattformen zu teilen!“

3 EXPERTE



„Ich bin beruflich und privat viel unterwegs, überwiegend mit dem Flugzeug. Um mich unterwegs wie zuhause zu fühlen, bevorzuge ich hochwertige Hotels. Qualität und Service sind meine Prioritäten.“

Lukas, 35

- sind zu **59 %** Männer
- sind zu **60 %** zwischen **20 - 49 Jahre** alt
- haben zu **52 %** ein **HHNE > 3.000 EUR**
- **78 %** sind berufstätig
- haben zu **46 %** ein hohes Bildungsniveau*

TOP-AFFINITÄTEN DER ZIELGRUPPE



REISEN DER LETZTEN 12 MONATE

- 4 und mehr Kurzreisen von 4 – 5 Tagen:
Affinitätsindex 152¹
- Mehr als 12 Geschäftsreisen:
Affinitätsindex 275¹
- 3 längere Urlaubsreisen:
Affinitätsindex 276¹



ART DER REISEN

- Großes Interesse an Skiurlaub/
Wintersport:
Affinitätsindex 128²
- Großes Interesse an Kurzreisen
in Ferienparks:
Affinitätsindex 133²
- Interesse für Kurzreisen: Art der
Kurzreise: Bade -/
Sonnenerurlaub:
Affinitätsindex 106²



TRANSFER PRIVATE NUTZUNGSHÄUFIGKEIT

- Flugzeug ein- oder mehrmals
pro Monat:
Affinitätsindex 449¹
- Bahn ein- oder mehrmals pro
Monat:
Affinitätsindex 236¹
- Fernbus ein- oder mehrmals pro
Monat:
Affinitätsindex 423¹



FREIZEIT

- Besuch von Freizeitpark/
Freizeitcenter mehrmals im Monat:
Affinitätsindex 419¹
- Camping etwa einmal im Monat:
Affinitätsindex 315¹
- Nutzung von Wellness-Angeboten
mehrmals im Monat:
Affinitätsindex 258¹



URLAUBSREISEN DER LETZTEN 12 MONATE

- Familienurlaub mit (Klein-)
Kindbetreuung:
Affinitätsindex 302¹
- Sport-, Fitnessurlaub:
Affinitätsindex 295¹
- Kreuzfahrt (Fluss, Meer):
Affinitätsindex 453¹

UNSERE RUBRIKEN UND THEMEN



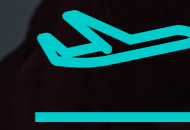
ZIELE

Die schönsten, spektakulärsten und überraschendsten Destinationen weltweit



WELTSPEISEN

Internationale Rezepte, Gerichte & Getränke, Top-Restaurants der Welt



FLIEGEN

Internationale Flughäfen, Airlines und Flugstrecken



SERVICE

Reiseschnäppchen, Tipps und Tricks



ATTRAKTIONEN

Naturphänomene, Lost Places und spektakuläre Sehenswürdigkeiten



QUIZ

Städte-, Länder-, Regionen- und Sehenswürdigkeiten-Quiz



DEUTSCHLAND

Ost- und Nordsee, Badeseen, Wandergebiete und Roadtrips

TRAVELBOOK bietet seinen Usern Insights, Tipps und News zu den spektakulärsten und schönsten Urlaubzielen weltweit. Die Inhalte werden attraktiv und mit Fokus auf die Teilbarkeit in sozialen Netzwerken präsentiert.

KONTAKTIEREN SIE UNS

ANSPRECHPARTNER



MICHAEL BECK

General Manager
Content Verticals

michael.beck@axelspringer.com

Tel: +49 (0) 151 27747585



KATHRIN BEHRE

Product & Business Managerin
FITBOOK

Kathrin.behre@axelspringer.com

Tel: +49 (0) 151 65587283



OKSANA DERJAGIN

Senior Managerin Digital Brand
Management BILD und Verticals

oksana.derjagin@axelspringer.com

Tel: +49 (0) 151 440471 27



JEANINE NACHTIGAL

Digital Brand Management
BILD und Verticals

jeanine.nachtigal@axelspringer.com

Tel: +49 (0) 151 440477 07