

axel springer_ media impact_

IT'S 2024, TIME TO GREEN MI_UP!

Wir unterstützen Dich, Deine Nachhaltigkeitsziele
in der Mediaplanung zu erreichen.

impassioned by

media **impact_**

KLIMAZIELE BEEINFLUSSEN IMMER MEHR MEDIAENTSCHEIDUNGEN. MIT MEDIA IMPACT ALS PARTNER AGIERST DU SCHON JETZT ZUKUNFTSORIENTIERT.

WARUM WIR: Als Teil von Axel Springer profitieren wir von Experten und Expertinnen aus verschiedenen Bereichen wie Tech, Produktentwicklung und Vermarktung, die das Thema Nachhaltigkeit in den unterschiedlichsten Facetten beleuchten und vorantreiben.

UNSER ZIEL: Nachhaltigere Mediaplanung zu ermöglichen. Neue und innovative Lösungen zu suchen ist Teil unserer DNA und keine Pflichtaufgabe. Transparenz für unsere Kunden und Agenturen steht bei uns an oberster Stelle.

UNSER **CREDO** BEI AXEL SPRINGER
UND MEDIA IMPACT:

AUSPROBIEREN, ANSTATT ABZUWARTEN.

EINFACH **ANPACKEN & AKTIV**

GESTALTEN, STATT PASSIV ZUZUSCHAUEN.

WHAT WE'RE PLANNING...

Im Sinne der Science Based Targets initiative (SBTi) reduziert Axel Springer seine **direkten und indirekten Emissionen** (Scope 1-3) um **3-5 %** jährlich.

Bis 2045 wollen wir somit unseren CO₂-Fußabdruck um **90 %** reduzieren.



Bis spätestens zum Geschäftsjahr 2024 wird Axel Springer

klimateutral.

Dahingehend werden wir all unsere nicht-reduzierten Emissionen anhand von qualitativ hochwertigen¹ Kompensationsprojekten ausgleichen.



NICE TO KNOW²:

- SCOPE 1** = direkte Emissionen
- SCOPE 2** = indirekte Emissionen aus eingekaufter Energie
- SCOPE 3** = indirekte Emissionen innerhalb der Wertschöpfungskette

¹ Unter "qualitativ hochwertig" verstehen wir Projekte, die anhand des Gold oder Verified Carbon Standards zertifiziert sind oder dem Clean Development Mechanism entsprechen.

² Quelle: climatepartner.com

... AND HOW IT'S GOING

Unsere direkten und indirekten Emissionen (Scope 1 & 2)¹ haben wir erneut um weitere



10 %

gesenkt.

2020: 23.500 Tonnen
2021: 18.688 Tonnen
2022: 16.758 Tonnen

7 von 10
von Axel Springer
gekauften kW/h Strom
sind grün.



Anteil von 2021 zu 2022 um
4,1% Punkte gestiegen:
von 67,3% auf 71,2%

Unser Zeitungspapier
besteht zu über



95 %
aus Altpapier.

Die Druckereien
beziehen zu



100 %
Ökostrom.

¹ Scope 1 umfasst alle direkte Treibhausgas-Emissionen, wie direkt in Unternehmensimmobilien verbrauchte Primärenergieträger. Scope 2 umfasst die indirekten Treibhausgas-Emissionen, die aus der Erzeugung der beschafften Energie resultieren.

OKAY, YOU GOT THE
FACTS & FIGURES. ABER
WAS **BEBEUTET** DAS
JETZT KONKRET FÜR
DEINE **MEDIAPLANUNG**?

Werbung verursacht einen hohen Anteil der anfallenden CO2-Emissionen. Aber das wusstest Du sicherlich schon. Media Impact geht dieses Problem an und fördert schrittweise die Reduktion.

Wir informieren transparent über den Einfluss digitaler Werbung auf das Klima. Jahrelange Optimierung unseres Ad Stacks sowie der nachhaltige Umgang mit unserer programmatischen Landschaft sind unser USP. Wir beraten Dich dabei, wie CO2-Emissionen bei Digitalkampagnen bestmöglich reduziert werden können. Damit gehören wir zu den nachhaltigsten Vermarktern und sind der transparenteste Medienpartner in Deutschland.

**KLINGT GUT?
NA DANN LOS!
WIR LADEN DICH
EIN, BEI UNS MIT
GUTEM
GEWISSEN ZU
BUCHEN:**



UNSER KONKRETER BEITRAG FÜR EINE NACHHALTIGERE WERBEWIRTSCHAFT: EMISSIONEN REDUZIEREN IN DREI SCHRITTEN

1.

KAMPAGNENPLANUNG

2.

TRACKING UND REPORTING

3.

KOMPENSATION

1. KAMPAGNENPLANUNG – DARAUFG SOLLTEST DU ACHTEN

CREATIVES / SETUP

1. Minimiere das Werbemittelgewicht.
2. Nutze sinnvolle Targetings.
3. Muss es immer Programmatic sein?
4. Nutze WiFi anstatt mobiler Netzwerke.
5. Nachhaltige Werbemittelproduktion durch lokale Dreharbeiten und Wiederverwendung vorhandener Inhalte.
6. Reduziere Redirects und Tracking auf das Nötigste.

TECH / PROGRAMMATIC

1. Prüfe jeden Dienstleister (Stromversorgung, SSP).
2. SchlieÙe nicht jede SSP an.
3. Reduziere bei Auktionen die Anzahl von Bidding Parties auf die Relevantesten
4. Halte Deine Ads.txt schlank – jedes Gebot und jeder angeschlossene Dienstleistende verursachen zusätzliche Emissionen.

2. TRACKING UND REPORTING – WO ENTSTEHEN EMISSIONEN IM DIGITAL ADVERTISING?

MEDIA IMPACT



**PRODUKTIONS-
AUFWAND
ADS**
(CREATIVE AGENCY)



**PRODUKTIONS-
AUFWAND
MEDIA**
(PUBLISHER)



**AUSSPIELUNG
DER ADS**
(AD TECH)



**AD + MEDIA
KONSUM**
(USER*IN)



**PRODUKT WIRD
GEKAUFT**
(MANUFACTURER)

**100%
TRANS-
PARENZ**

Zusammen mit
unserem Partner
SCOPE3

Wir **messen** die Emissionen Deiner Kampagne und **reporten** den damit verbundenen CO2-Ausstoß!

2. TRACKING UND REPORTING – DIESE ZAHLEN SPRECHEN FÜR SICH. ODER UNS.

275,9 g

CO₂-Ausstoß / 1.000 Impressions der Top15 IVW Angebote (Mittelwert)¹



ca. **75%**

weniger CO₂-Ausstoß Media Impact News Brands (BILD + WELT) vs. Mittelwert IVW Top15

Insbesondere unsere Marken BILD & WELT bestechen durch niedrige Ausstöße in der Werbemittelausspielung:

68,8 g



BILD.de CO₂-Ausstoß in g / 1.000 Impressions

66,4 g



WELT.de CO₂-Ausstoß in g / 1.000 Impressions

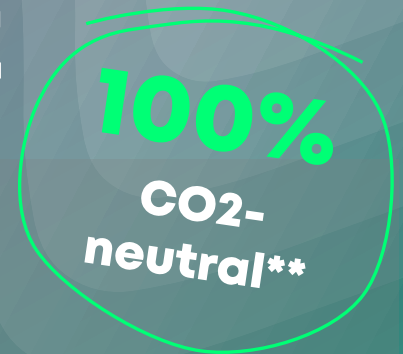
DAS SAGT UNSER **EXPERTE** DAZU



Nach jahrelanger **Optimierung unseres Ad Stacks** und aufgrund unseres **nachhaltigen Umgangs mit unserer programmatischen Landschaft** können wir diese niedrigen Werte erreichen. Wir werden weiterhin stetig daran arbeiten, unseren CO2-Fußabdruck zu verringern.

*Carlos Bracho, Leiter der Abteilung
Ad Technology der Axel Springer National Media & Tech GmbH & Co. KG*

3. KOMPENSATION – UNSERE PROJEKTE



„CARBO FORST“ ZUKUNFTSWALD

Gemeinsam mit unserem Partner CarboForst unterstützen wir ein Waldumbauprojekt in Brandenburg. Wir wollen dazu beitragen, dass sich ein ca. 1 Hektar großes Waldstück durch Waldumbau zu einem klimastabilen Mischwald entwickeln kann.



„CARBON BANK“ KOMPENSATIONSPROJEKTE*

INDIEN Biomasse

Dieses Projekt nutzt regional verfügbare, überschüssige, erneuerbare Bio-masse, um Dampf und **Strom** in einer Papierfabrik zu erzeugen.

INDIEN Photovoltaik

Ziel dieses Projekts ist der Bau eines Photovoltaik-Solkraftwerks. Neben Emissionsreduktion sollen auch Mittel für Bildungs- und Gesundheitsinitiativen zur Verfügung gestellt werden.

INDONESIEN Geothermik

Das Projekt reduziert nicht nur Emissionen, sondern trägt auch mit über 869 Gigawattstunden erneuerbarem Strom zur kohlenstoffarmen Energiewende Indonesiens bei.

NICARAGUA Wasserkraft

Im Rahmen des Projektes wird Energie durch den Wasserstrom des Pantasma-Flusses erzeugt. Neben der Abkehr vom Erdöl werden gleichzeitig Beschäftigungsmöglichkeiten geschaffen.

Die verbliebenen Emissions-Mengen gleichen wir mithilfe von ClimatePartner sowie der Axel Springer Carbon Bank durch hochqualitative Klimaschutzprojekte in Form einer Klimaspende aus.

*nach dem Standard des Clean Development Mechanism zertifiziert

**Je nach Kampagnen-Setup bietet MI die vollständige Kompensation der entstandenen CO2-Emissionen.

EIN PLAN IST GUT. KONKRETE NEXT STEPS SIND BESSER:

1.



Durch eine **standardisierte Ausweisung** der mit verschiedenen Werbemitteln verursachten CO₂-Emissionen, kannst Du zukünftig eine fundierte Entscheidung bei der Wahl Deines Vermarkters treffen – Axel Springer möchte dabei eine Vorreiterrolle spielen.

2.



Der **MI_Green Guide** wird Dich zukünftig dabei unterstützen, Deine Kampagnen von der Planung bis zur Auslieferung klimafreundlicher aufzusetzen.

3.



Mit der **Verankerung von Nachhaltigkeitsthemen** in Konzepten unserer journalistischen Marken sowie der **Entwicklung von Green Products** schaffen wir die Grundlage für eine weitere Reduktion der CO₂-Emissionen im Digital Advertising.

Neben Digitalkampagnen spielen CO2-Emissionen natürlich auch auf weiteren Medienkanälen eine wichtige Rolle, wie z.B. bei Print oder Events.

Hier arbeiten wir ebenfalls stetig an der Verbesserung unseres Fußabdruckes und möchten Dir größtmögliche Transparenz und Verlässlichkeit bieten.

**AUCH HIER
KANNST DU
DICH AUF UNS
VERLASSEN.**

BILD IST KLIMANEUTRALISIERT

Jede Ausgabe der **BILD**, **BILD am SONNTAG** und **B.Z.** wird klimaneutralisiert gedruckt. Die umweltfreundliche Umstellung umfasst auch die Regionalausgaben von BILD sowie sämtliche von BILD initiierten Sonderprodukte und Eigenbeilagen. Ebenso gehört jetzt auch BILD.de zu den TÜV-zertifiziert klimaneutralen Produkten.

Mithilfe des CO₂-Rechners des Bundesverbandes für Druck und Medien e.V. (BVDM) sind alle direkten und indirekten Emissionen ermittelt worden.

Die Kompensation erfolgt über Unterstützung der vier aufgezeigten Klimaprojekte.




 [Hier geht's zur Pressemitteilung.](#)

WELT IST KLIMANEUTRALISIERT

DIE WELT und **WELT AM SONNTAG** sind seit 2023 vom TÜV Nord zertifiziert klimaneutrale Produkte.

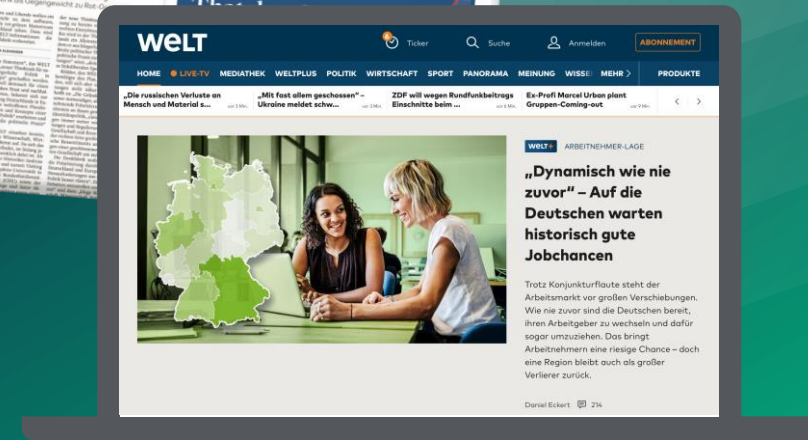
Seit der WELT Earth Week im April 2023 sind zudem auch WELT Digital und WELT Events dauerhaft klimaneutralisiert. WELT Digital (inkl. Webseite, Podcasts, Apps, ePaper) ist seit 2024 mit dem TÜV-Siegel zertifiziert.

Unser Ziel ist es, CO₂-Emissionen zu reduzieren und langfristige Strategien zum Klimaschutz umzusetzen. Aktuell anfallende Emissionen werden durch zertifizierte Klima-Initiativen des BVDM ausgeglichen.

 [Mehr erfahren](#)



2024 geht es weiter:
**AUSWEITUNG
KLIMA-
NEUTRALITÄT AUF
MAGAZINE
UND TV**



**KLIMANEUTRAL
ZERTIFIZIERT**
welt.de/verantwortung

TÜVNORD
TÜV NORD CERT GmbH
**Klimaneutrales
Produkt**
Zertifizierung gem.
TN-Standard TN-CC 020
tuev-nord.de

**GUT, TECHNIK- UND
TÜV CHECK HAST DU
VERSTANDEN. ABER WO
KANNST DU DICH NUN
AM BESTEN PLATZIEREN?**

ALSO EIGENTLICH ÜBERALL

Denn wir sind grün – und das sogar TÜV zertifiziert!
Für Dich als Werbende*r heißt das: Alle Werbemittel sind in den auf den nächsten Charts genannten Marken und Kanälen CO₂-neutralisiert, ohne zusätzliche Kosten für den Emissionsausgleich.

**PRINT
+
DIGITAL***

The image displays a grid of logos for various media brands and products. On the left, there is a TÜV Nord certification logo for 'Klimaneutrales Produkt' and a 'KLIMANEUTRAL ZERTIFIZIERT' logo with the website 'welt.de/verantwortung'. The main grid includes logos for 'Bild', 'B.Z. DIE STIMME BERLINS', 'Sport Bild', 'Auto Bild', 'Computer Bild', and 'WELT'. Below these are logos for 'TRAVELBOOK', 'FITBOOK', 'TECHBOOK', 'MYHOMEBOOK', 'STYLEBOOK', and 'PETBOOK'.

Nichtsdestotrotz möchten wir Dir gerne ein paar Produkte genauer vorstellen.


*Ausnahmen: gewerbliche Print-Beilagen (also nicht eigenproduziert oder selbst beauftragt) sowie Social Media Kanäle

GREEN PRODUCTS

Wir machen Deinen Tagesfestplatzierung **transparent!**

- Aussteuerung Deiner Kampagne über unseren CO₂ – optimierten MI AdStack
- Werbemittel²: Dynamic Sitebar + Lead Ad 4:1 + Mobile Interscroller

Du bekommst von uns:

- **Abschlussreporting** inkl. CO₂ Emissionen auf Werbemittellebene
- **100% Kompensation** der entstandenen Emissionen
- **Green Leaf** Kennzeichnung Deiner Kampagne 

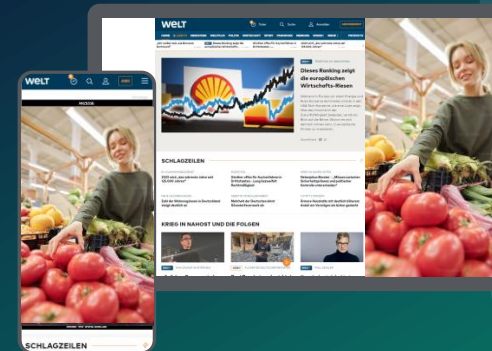
¹ Weitere Produkte auf Anfrage verfügbar.

² Empfohlene Werbemittelkombination // Auf Wunsch Inhouse Produktion, nur Anlieferung der Assets (Bilder, Texte, etc.) nötig, zzgl. Kreativkosten // bei Selbstanlieferung ist im Sinne der CO₂ Reduktion auf möglichst geringes Werbemittelgewicht zu achten.

HOMERUN DELUXE

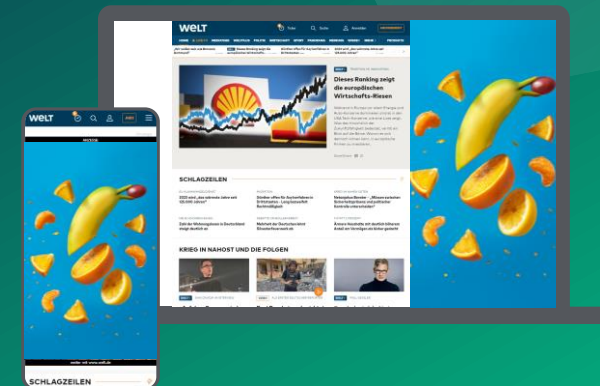


WELT HOMERUN + FIRST CONTACT DELUXE



OHNE AUFPREIS

ENTSCHEIDER HOMEPAGE BUNDLE



+ BUSINESS INSIDER
GRÜNDERSZENE
finanzen.net

BETTER FUTURE EARTH WEEK

Am 22.04.24 ist Earth Day und damit der Start für unsere jährliche WELT Earth Week.

Es erwarten Dich: eine Schwerpunktausgabe von WELT AM SONNTAG, täglich wechselnde Themenschwerpunkte in DIE WELT, Spezialsendungen im WELT Fernsehen sowie Themenspecials auf WELT Digital.

Eingebettet in diese Woche ist außerdem unsere bekannte Better Future Conference.

➔ [WELT Earth Week im Video](#)

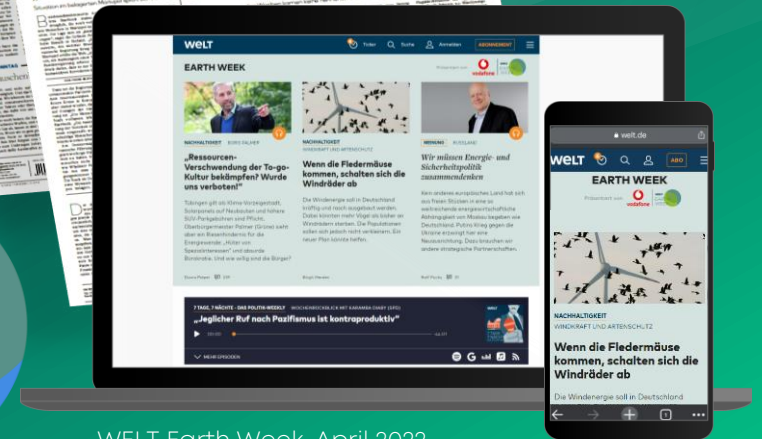
➔ [Hier gibt's weitere Infos](#)

22.-28. April 2024

360-GRAD
KLIMA-
NEUTRALISIERT



WELT
EARTH
WEEK



WELT Earth Week, April 2022

BETTER FUTURE CONFERENCE

Im April 2024 stehen bei der CO2-neutralen B2B2C-Konferenz erneut ökologisch-nachhaltige Themen im Mittelpunkt. Damit bildet die BETTER FUTURE CONFERENCE das Highlight im Rahmen der WELT Earth Week im April 2024 mit inspirierenden Impulsvorträgen, Live Interviews und Podiumsdiskussionen.

Folgende Themenschwerpunkte sind dabei:

- Energie der Zukunft
- Nachhaltiges Wohnen
- Nachhaltige Produktion
- Konsum der Zukunft

BETTER FUTURE
SUSTAINABILITY
CONFERENCE
WELT AM SONNTAG



23. April 2024

 [Mehr Infos hier.](#)



ORT

AXEL SPRINGER HQ + LIVESTREAM AUF WELT.DE

KREIS DER TEILNEHMENDEN

CA. 120 PERSONEN AUS POLITIK, WIRTSCHAFT,
WISSENSCHAFT, GESELLSCHAFT & KULTUR

DIE POWER VON BETTER FUTURE: JETZT AUCH ALS MARKENKONZEPT

NEU

Freu Dich darauf! Als Markenkonzert buchbar ab der nächsten BETTER FUTURE Earth Week, bzw. BETTER FUTURE Conference.

Die wertvolle Absenderschaft „BETTER FUTURE“ von WELT ist somit das ganze Jahr buchbar – hervorragend geeignet z.B. für CEO-Bekennerkampagne oder Produkt-Konzepte.

BETTER FUTURE
WELT AM SONNTAG

WELT
ADVERTORIAL: GELD UND NACHHALTIGKEIT
So reduziert Nespresso die CO₂-Bilanz als eine Tasse
Von Loren Ipsium | Veröffentlicht am 02.07.2024 | Lesezeit: 5 Minuten

Loren ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Maecenas vel augue blandit aliquam etiam erat velit scelerisque in. Famesque et molestie ac fugiat sed lectus. Laboris mattis aliquam faucibus purus in massa tempor nec feugiat. Posuere urna nec tincidunt.

NESPRESSO
46,6% Rohkaffee-Bereitstellung
-5,8% Materialentsorgung/Recycling
4,2% Kaffeeproduktion
26,2% Kaffeezubereitung und Maschine
6,8% Distributionslogistik
22,0% Verpackungsmaterial

NESPRESSO
„Wer Nachhaltigkeit wirklich ernst nimmt, weiß wie facettenreich das Thema ist. Recycling ist wichtig, aber eben nur einer von vielen Bausteinen. Nachhaltigkeit muss auf allen Ebenen des Produktionsprozesses gelebt werden.“
Alessandro Piccini
Geschäftsführer Nespresso Deutschland

#Sustainability Visionary Partner
BETTER FUTURE

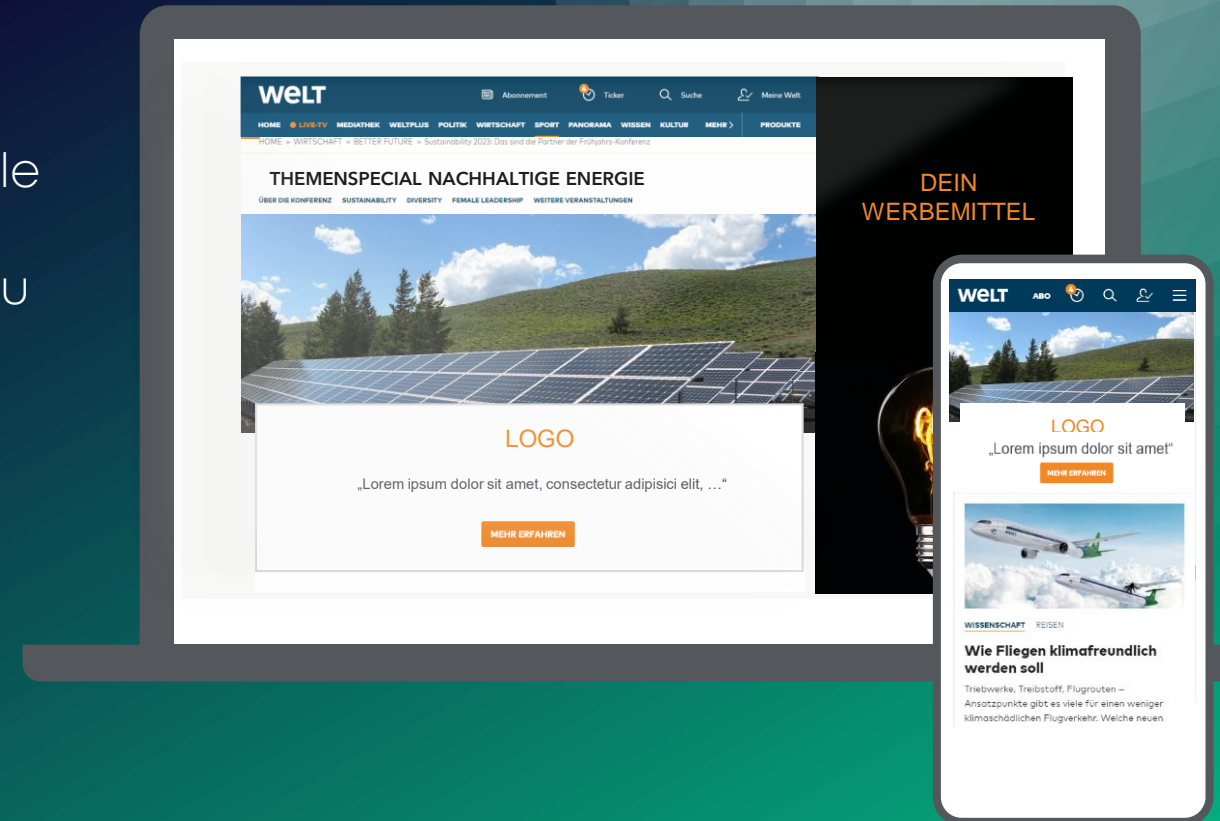
BETTER FUTURE
by WELT AM SONNTAG

THEMENSPECIAL ALS PRESENTER BESETZEN

In einem Themenspecial werden redaktionelle Artikel, passend zum Thema Nachhaltigkeit, auf einer Landingpage zusammengefasst. Du kannst Dich als Themenbotschafter für das Thema durch exklusives Sponsoring positionieren!

Du wirst dort mit einem Header und Footer, einer Sitebar und multiscreen mit einem Medium Rectangle¹ platziert.

Zusätzlich wird Dein Special auf der WELT Home für 2-3 Tage² auf einer Bühne gespiegelt, in der Du als Absender mit Logo sichtbar bist.

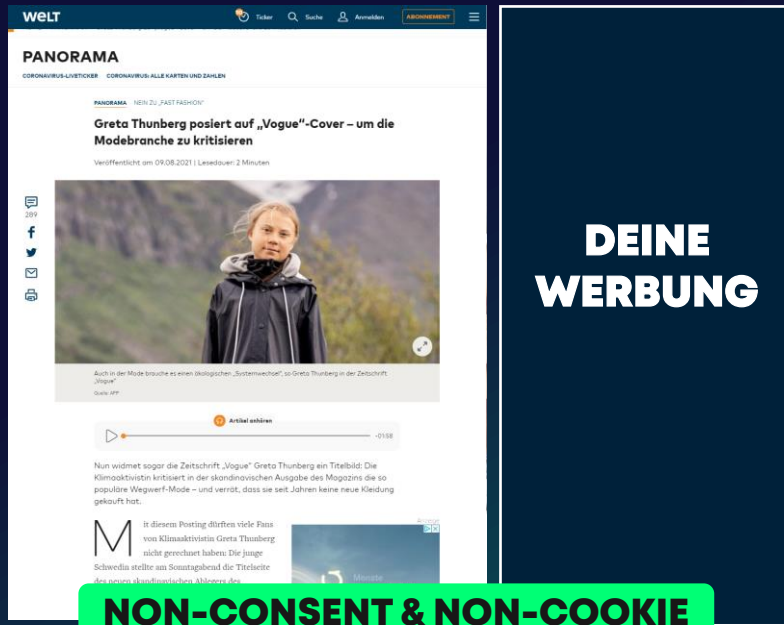


Unser User*innen werden durch Traffic-zuführende-Werbemittel zum Themenspecial geleitet.

¹Weitere Formate auf Anfrage, Werbebanner Erstellung Kunde

²Die Tage variieren je nach Paketgröße

DATA-SPECIAL „NACHHALTIGKEIT“ DURCH KONTEXT + INTEREST TARGETING



DEINE WERBUNG

NON-CONSENT & NON-COOKIE

#1 Deine Werbung in passenden Artikeln¹ durch kontextuelles Targeting

Die Kampagne wird in allen Artikeln zum Thema Nachhaltigkeit Portfolio-weit integriert.



COOKIEBASED

#2 Deine Werbung für alle „Umwelt-Fans“² mit Interest-Targeting

User*innen, die mehrere Artikel zum Thema Nachhaltigkeit lesen, werden als „Umwelt-Fans“ definiert. Ihnen wird Deine Werbung – unabhängig vom Artikelinhalt – überall im Portfolio ausgespielt.

+200%
CTR Uplift ggü. Peers bei Kontext + Interest Targeting⁴

Formate: frei wählbar
Platzierung: ROP oder ROS
Brutto TKP: 10€ Aufschlag³ zu Deiner Display Volumenbuchung

DATA-PERSONA: PRÄZISE ANSPRACHE MARKTRELEVANTER STANDARD ZIELGRUPPEN



Die Persona:

Eine marktrelevante Zielgruppe wird durch soziodemographische Charakteristika, Interessen und Einstellungen abgebildet.

- ✓ Streuverlustminimierung
- ✓ Maximale Reichweite

Basis zur Erstellung:

Marktforschungswerte werden gemeinsam mit unseren First Party Daten genutzt, um Machine Learning-Algorithmen zu trainieren.

- ✓ Optimale Attributs-Zusammensetzung

ÜBER MICH



EINSTELLUNG



SKILLS



Formate:

frei wählbar

Platzierung:

ROP (klassisch oder programmatisch)

Brutto TKP:

20€¹ Aufschlag auf Volumenbuchung

LET'S DO THE MATH!
UNSERE PERFEKTE FORMEL:
TECHNIK (MESSEN) +
UMFELD (WELT EARTH WEEK) =
UNSER ERSTER
BEST CASE MIT KIA.

TRANSPARENZ VON ANFANG BIS ENDE

Wir pionieren mit Kia: Wir haben 2023 die digitale Werbelieferkette der Kia Niro Kampagne gemessen: von der Ad Erstellung bis zur Ausspielung.

Umgesetzt wurden ein Themenspecial „Mobilität der Zukunft“ zur WELT Earth Week sowie eine Interactive Product Story auf WELT Digital.

Warum ist das ein Best Case? Wir messen als erster Vermarkter die gesamten digitalen CO2-Emissionen einer Kampagne.

WELT ANZEIGE KIA

DIE VISION: NACHHALTIG IN DIE ZUKUNFT

Kia will bis 2045 vollständig CO₂-neutral* werden. Das Unternehmen arbeitet daran, umweltfreundlichere Produktionsprozesse zu implementieren und Autos zu entwickeln, um seine CO₂-Emissionen zu reduzieren. Seine Bestrebungen sind dabei eng an die Nachhaltigkeitsziele der UN geknüpft. Die dienen als Leitbild für eine bessere Zukunft, sollen helfen, die natürlichen Lebensgrundlagen zu erhalten und menschenwürdiges Leben auf dem Planeten zu ermöglichen. Fünf Nachhaltigkeitsziele stehen für Kia dabei besonders im Fokus.

https://www.kia.com/de/leben/nachhaltig/leben/discover/mobility

- #6 Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen
Zentral ist eine verbesserte Wasserwirtschaft und damit vor allem eine angemessene Trinkwasser- und Sanitärversorgung für alle Menschen. Zudem sollen wasserverbundene Ökosysteme geschützt und/oder wiederhergestellt werden.
- #12 Nachhaltiger Konsum und Produktion
- #13 Maßnahmen zum Klimaschutz
- #14 Leben unter Wasser
- #15 Leben an Land

Um diese Ziele und seine Vision zu erreichen, setzt Kia auf drei wesentliche Grundpfeiler: die 3N. Nachhaltige Energie, nachhaltige Mobilität, nachhaltiger Planet. Die Mobilitätsmarke fördert nachhaltige Maßnahmen aber auch außerhalb des eigenen Unternehmens, etwa mit der Crowdfunding-Plattform Startnext. Ihr Ziel: Gemeinsam mehr bewegen.

#6 SAUBERES WASSER UND SANITÄREINRICHTUNGEN

Blue Carbon

Kia unterstützt das Programm „Blue Carbon“ für Schutz und Wiederherstellung des koreanischen Wattenmeers. Dieser

➔ **INTERAGIEREN MIT DER PRODUCT STORY**

➔ **THEMENSPECIAL ENTDECKEN**



**BEREIT FÜR EINE
PARTNERSCHAFT MIT
NACHHALTIGEM EINDRUCK?**

LET'S TALK.

impassioned by

media **impact** 



Media Impact GmbH & Co. KG | Zimmerstraße 50 | 10888 Berlin

www.mediaimpact.de



| media **impact** 