

# Programmatic Advertising bei Springer Medizin

Januar 2024

## Programmatic Advertising | Nutzer:innen zielgenauer ansprechen

Der Springer Medizin Verlag bietet seinen Werbepartnern neben den konventionellen digitalen Mediabuchungen künftig auch eine **automatisierte, zielgenauere Buchung** von Display-Bannern auf seinen Portalseiten springermedizin.de, aerztezeitung.de und springerpflege.de an.

Sie haben die Wahl: Entweder Sie nutzen das bewährte Fachbereichs-Umfeld-Targeting oder unsere Kohorten, die anhand der Interessen und Verhaltensweisen unserer Nutzer:innen in Echtzeit gebildet werden.

### Konventionelle Werbeauspielung

Die Platzierung für die Werbeauspielung orientiert sich an den, bei der Registrierung auf unseren Portalseiten hinterlegten **Fachbereichen** und/oder **Spezialisierungen** im kontextuell passenden Umfeld

### NEU

### Programmatic Advertising

Die Platzierung für die Werbeauspielung orientiert sich neben den Registrierungsdaten an **den aktuellen Interessen und Verhaltensweisen unserer Nutzer:innen** auf unseren Plattformen.

## Wie funktioniert die Nutzer:in zentrierte Werbeausspielung?

Auf Basis der Registrierungsdaten und in Kombination mit ihrem aktuellen Nutzungsverhalten gruppieren wir unsere Nutzer:innen in sogenannten **Kohorten**. Die Kohorten können sich z.B. am Fachgebiet, am Tätigkeitsfeld oder einem medizinischen Thema orientieren und verschiedene Kohorten können für eine Kampagne miteinander kombiniert werden.

In Zukunft können Sie beispielsweise Display-Werbung automatisiert nur noch für niedergelassene Fachärzte oder für solche, die in einer Klinik tätig sind, buchen und anzeigen lassen. Zudem können wir nach Ihren Vorgaben eigenständige Kohorten erstellen, zum Beispiel für die pädiatrische Onkologie, und somit eine passgenaue Ansprache für Ihre Werbebotschaft ermöglichen.

Das alles erfolgt natürlich datenschutzkonform.

# Targeting

## Fachbereichs- oder Umfeld-Targeting

Fachbereich generisch und/oder Reichweite

### Targeting nach Fachgebiet:

AINS, API, Allgemeinmedizin Augenheilkunde, Chirurgie, Dermatologie, Gynäkologie, HNO, Innere Medizin, Kardiologie, Neurologie, Onkologie, Orthopädie, Pädiatrie, Pharmazie, Psychiatrie, Radiologie, Urologie, Zahnmedizin

### Targeting über Reichweite:

ROS\* [springermedizin.de](http://springermedizin.de)  
 ROS [aerztezeitung.de](http://aerztezeitung.de)  
 ROS [springerpflege.de](http://springerpflege.de)

RON\* portalübergreifend

\*ROS=run of site (Einzelseite)

\*RON= run of network (portalübergreifend)

NEU

## Kohorten-Targeting (Auszug)

verfeinertes Profil anhand von Daten der Nutzer:innen

### z.B. Kohorte bezogen auf Fachgebiet

- Allgemeinmedizin
- Augenheilkunde
- Allgemeinchirurgie
- Anästhesiologie
- Kardiologie

### z.B. Kohorte bezogen auf Tätigkeitsfeld

- Praxis
- Klinik
- Medizinstudent

### z.B. Kohorte bezogen auf Thema

- Viszeralmedizin
- Alzheimer
- Cannabis

**Kohorten sind kombinier- und individuell definierbar.**

# Preise

## Fachbereichs- oder Umfeld-Targeting

- Automatisierter Zugriff auf bewährte Fachbereich-Umfelder der Portal-Seiten im Springer-Netzwerk entweder vor Login oder nach Login

### Preferred Deal (Automated Guaranteed)

= fixer CPM, fixes Abnahmevolumen,  
TKP = 90€ vor Login / 180€ nach Login

### Private Auction\*

= auktionsbasiert, kein Abnahmevolumen  
TKP 90€ vor Login/ 180€ nach Login als Floorprice

AE-fähig

## Kohorten-Targeting

- Automatisierter Zugriff auf hochspezialisierte und granulare Zielgruppen, die im Springer-Netzwerk präzise adressiert werden können
- z.B. Unterscheidung Tätigkeitsfeld (Klinik/Praxis)
- Individuelle Kohorten-Anlage (z.B. Fachbereichskombinationen, themenbasiert) möglich

### Private Auction\*

= auktionsbasiert mit TKP 350€ als Floorprice

AE-fähig

\*Auktionspreis = Grundpreis + Nachfrage abhängiger Faktor

# Werbemittelformate

## Medium Rectangle

### Technische Spezifikation:

Größe: 300px\*250px

Format: gif., jpg., HTML5, RedirectTag

Dateigröße: bis 150kb

Ziel-URL

## Billboard

### Technische Spezifikation:

Größe: 800/900px\*250px

Format: gif., jpg., HTML5, RedirectTag

Dateigröße: bis 150kb

Ziel-URL

## Web-Advertorial

### Technische Spezifikation:

Größe: 620px\*150px

Bildformat: 390px\*246px

Überschrift: max. 60 Zeichen

Text: max 350 Zeichen inkl. Leerzeichen  
und Link-Text

**Ihre  
Ansprechpartner:innen**

**Daniel Samija**

Teamlead Digital Sales

[daniel.samija@springer.com](mailto:daniel.samija@springer.com)

089-203043-0436

**Karen Schweikert-Bauer**

Online Sales Managerin

[karen.schweikert-bauer@springer.com](mailto:karen.schweikert-bauer@springer.com)

089-203043-1036

**Sarah Sabransky**

Online Sales Managerin

[sarah.sabransky@springer.com](mailto:sarah.sabransky@springer.com)

089-203043-1002