

**Höchste Reichweite
am Touchpoint POS**
324 Mio. Kontakte (E14+)
237 Mio. Kontakte (HHF14+)
137 Mio. Kontakte (E14-49)

Bester TKP
2,04 € (E14+)
2,80 € (HHF14+)
4,76 € (E14-49)

Instore-Radio

lastcall2action

Tarife / Mediadaten 2019

- MAGMA MEDIA hat die Senderpartner, mit denen die Markenbotschaft schnell und wirksam die gewünschte Zielgruppe am Point of Sale erreicht



- Das nationale Vermarktungsgebiet der Magma Media Instore Radio Sender umfasst die relevanten Key Accounts des deutschen Handels. Mit einer Coverage von 75 % ist Instore Radio mit weitem Abstand der bedeutendste Werbeträger am POS
- Instore Radio bietet die Basis zur Vernetzung der relevanten Mixes:
 - o Media Mix -> effizienteste Auswahl
 - o Zielgruppen Mix -> effektivste Kommunikation
 - o Vertriebslinien Mix -> höchste Relevanz
- Instore Radio Werbung forciert spontane Impulse und ist Kaufaktivator mit dem „last call to action“
- IR-MA (Instore Radio Mediaanalyse)
Sie garantiert valide Leistungswerte für die Mediengattung und erleichtert die Planung im MDS Planungsprogramm
- Über 200 GfK und Nielsen Tests belegen für alle Warengruppen signifikante Absatzsteigerungen. Instore Radio erzielte den höchsten Return on Investment (STROI) aller Medien am POS
- Instore Radio schließt den Kommunikationskreislauf! Durch eine optimierte Budgetverteilung im Media Mix wird dadurch eine wesentliche Effektivitäts- und Effizienzsteigerung erzielt
- Die redaktionelle Programmplattform bietet Marken und Unternehmen kreative Kommunikationsvielfalt
- Die Instore Radio Werbezeiten Buchung folgt dem Weg klassischer Medien. Im Gegensatz zu den anderen Verkaufsförderungs-Maßnahmen am POS ist Instore Radio Werbung frei von WKZ-Leistungen (Werbekosten Zuschuss) an den Handel
- Werbespots im Instore Radio werden als Singlespot bzw. im Werbeblock platziert



Spotpreise (20 Sek.) im nationalen Sendegebiet von MAGMA MEDIA (4.945 Märkte) im Lebensmittel Einzelhandel

Uhrzeit	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag
6 bis 7	1,00 €	1,00 €	1,00 €	1,00 €	3,00 €	11,00€
7 bis 8	96,00 €	88,00 €	91,00 €	105,00 €	132,00 €	182,00 €
8 bis 9	389,00 €	364,00 €	400,00 €	422,00 €	493,00 €	463,00 €
9 bis 10	728,00 €	669,00 €	725,00 €	830,00 €	1121,00 €	1135,00 €
10 bis 11	1030,00 €	971,00 €	1036,00 €	1177,00 €	1344,00 €	1646,00 €
11 bis 12	1050,00 €	977,00 €	1053,00 €	1149,00 €	1248,00 €	1615,00 €
12 bis 13	728,00 €	692,00 €	737,00 €	799,00 €	1090,00 €	982,00 €
13 bis 14	546,00 €	526,00 €	570,00 €	644,00 €	920,00 €	813,00 €
14 bis 15	641,00 €	581,00 €	632,00 €	708,00 €	974,00 €	830,00 €
15 bis 16	624,00 €	581,00 €	635,00 €	711,00 €	940,00 €	864,00 €
16 bis 17	672,00 €	632,00 €	683,00 €	768,00 €	971,00 €	886,00 €
17 bis 18	765,00 €	703,00 €	762,00 €	844,00 €	1036,00 €	869,00 €
18 bis 19	669,00 €	581,00 €	649,00 €	706,00 €	841,00 €	762,00 €
19 bis 20	386,00 €	342,00 €	377,00 €	413,00 €	535,00 €	613,00 €
20 bis 21	124,00 €	107,00 €	118,00 €	130,00 €	220,00 €	278,00 €
21 bis 22	33,00 €	30,00 €	36,00 €	36,00 €	66,00 €	102,00 €

Cash-Rabatt

Bei Ausstrahlung von Werbeschaltungen, die ein Bruttomediumvolumen von 100.000 € überschreiten, werden folgende Rabatte gewährt:

Ab	150.000,- €	3 %
Ab	250.000,- €	5 %
Ab	400.000,- €	7 %
Ab	500.000,- €	9 %
Ab	650.000,- €	11 %
Ab	750.000,- €	13 %
Ab	1.000.000,- €	15 %

Der Preis pro Stunde ist an der Reichweite gemäß IR-MA für die Zielgruppe HHF14+ justiert.
Der TKP bei einem 20 Sekunden Spot in der Zielgruppe E14+ beträgt 2,04 €.



Instore-Radio mit MAGMA MEDIA
– günstig, flexibel, wirksam

MAGMA MEDIA Sendegebietsübersicht



Das MAGMA MEDIA Sendegebiet umfasst die relevanten Key Accounts des deutschen Handels und ist flexibel buchbar: National, nach Nielsegebieten, Regionen, Key Accounts und Vertriebslinien bis hin zur Einzelansteuerung von Outlets.

Key Account	Vertriebslinie	Anzahl
Edeka	Edeka Hessenring	324
	Edeka Minden-Hannover	957
	Edeka Minden Mios C + C	24
	Edeka Nordbayern	92
	Edeka Nord	244
	Edeka Partner Feneberg	75
	Edeka Rhein-Ruhr	446
	Edeka Südbayern	493
	Edeka Südwest	803
Edeka Partner Frey & Kissel	16	
		3.474
Markant	Bartels-Langness, ,Citti	3
	Bünting, Combi / Jibi / Familia	202
	Bünting, Markant Nordwest	47
	Buschmeyer & Bremke	1
	Kaes, V-markt	39
	Kaufland	658
	Okle	4
		954
Metro	Metro C + C	103
	Real	276
		265
REWE	Selgros C + C	41
	Supermärkte Nord, Sky	148
	Wasgau	76
		362
Sonstige	Aktiv & Irma	12
	Brülle & Schmelzer C + C	6
	Klingenthal	1
		20
Summe		5.075

Lebensmittel Einzelhandel inkl. C + C

Key Account	Vertriebslinie	Anzahl
Edeka	Herkules Baumarkt	23
Markant	Kaes, V Markt Heimwerker	9
		9
Metro	Adler Bekleidungsmarkt	152
Sonstige	Freßnapf Tiernahrung	880
	Futterhaus	252
	Kölle Zoo	15
	Raiffeisen	111
	Toys 'R' Us	67
		1325
Summe		1.509

Non Lebensmittel Einzelhandel

Sendegebietsübersicht

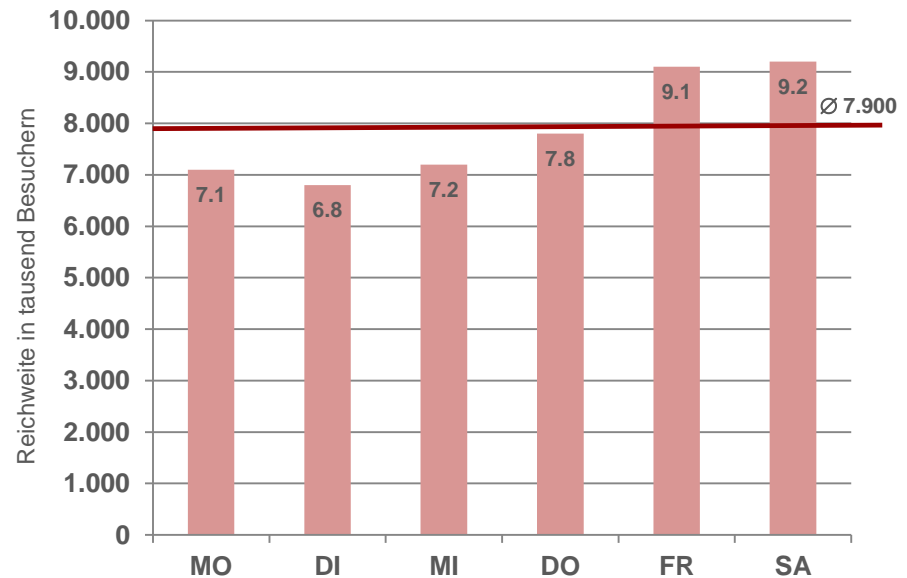
Insgesamt 6.584 beschaltete Outlets – mit MAGMA MEDIA deutschlandweit on Air

Magma Media hat gemeinsam mit IMS/Mood Media eine gemeinsame Reichweitenanalyse für das Medium Instore Radio initiiert. Durchgeführt von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) liefert die Instore Radio Mediaanalyse (IR-MA) valide und einheitliche Leistungswerte analog derer klassischer Medien. Basis der IR-MA ist das Consumer Scan Haushaltspanel mit 30.000 Haushalten und über 1 Million Einkaufsakten.

Die Instore Radio Mediaanalyse (IR-MA) gibt unter anderem detailliert Aufschluss über:

- An welchen Wochentagen bzw. zu welchen Tageszeiten kaufen die verschiedensten Zielgruppen ein?
- Welche Reichweite wird für verschiedene Warengruppen pro Wochentag und Zeitschiene generiert?
- In welchen Key Accounts bzw. Markttypen erreichen Sie bestimmte Zielgruppen am häufigsten?

Die Ergebnisse der IR-MA sind in Deutschlands führendem Mediaplanungsprogramm MDS von Axel Springer integriert. Dies ermöglicht Mediaplanern Instore Radio in die Planungsarbeit zu integrieren und ist Grundlage für einen objektiven inter- und intramedialen Preis-/ Leistungsvergleich.



Grafik: Reichweite pro Tag in der Zielgruppe HHF 14+

Shopper Insights – Die Reichweiten der Instore Radio Mediaanalyse

Unsere Radiosender erreichen 75 % aller Haushaltsführenden in Deutschland (weitester Besucherkreis = innerhalb von 4 Wochen). Kombiniert mit den Erkenntnissen, wann welche Warengruppen überdurchschnittlich gekauft werden, lassen sich höchst effiziente Kampagnen mit Instore-Radio planen.

Reichweite (in Tausend Marktbesuchern) im nationalen Sendegebiet - Zielgruppe HHF14+

Uhrzeit	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag
6 bis 7	< 0,5	< 0,5	< 0,5	< 0,5	1	4
7 bis 8	35	32	33	38	48	66
8 bis 9	141	132	145	153	179	168
9 bis 10	258	237	257	294	397	402
10 bis 11	365	344	367	417	476	583
11 bis 12	372	346	373	407	442	572
12 bis 13	258	245	261	283	442	348
13 bis 14	198	191	207	228	386	288
14 bis 15	227	211	224	251	326	294
15 bis 16	221	211	225	252	345	306
16 bis 17	238	224	242	272	333	314
17 bis 18	271	249	270	299	344	308
18 bis 19	237	211	230	250	367	270
19 bis 20	140	124	137	150	298	217
20 bis 21	45	39	43	47	194	101
21 bis 22	12	11	13	13	80	37



* WBK 4 Wochen alle Vermarkter

Dies ist ein exemplarisches Beispiel für die Zielgruppe HHF14+.

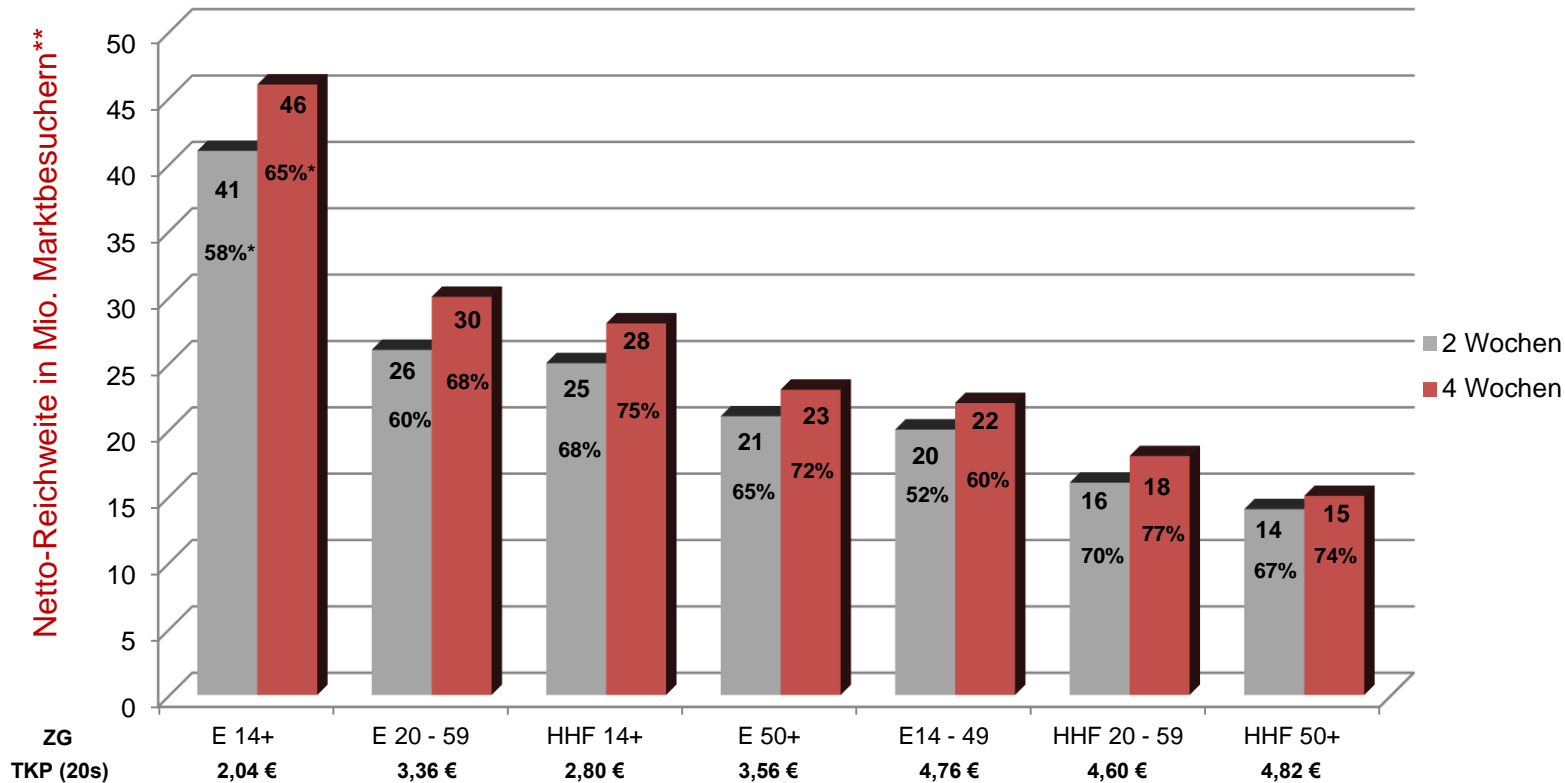
MAGMA MEDIA plant auf Basis der IR-MA.

Detail-Informationen über mehr als **150 Warengruppen und alle mediarelevanten, Zielgruppen ermöglichen** eine detaillierte und zielgruppengenaue Planung von Instore Radio Kampagnen.



Mit MAGMA MEDIA – werberelevante Zielgruppen erreichen

Magma Media Instore Radio erzielt höchste nationale Reichweiten.



Quelle: IR-MA (Instore Radio Mediaanalyse)

* Anteil Magma Media Instore Radio in % vom nationalen Zielgruppenpotenzial

** Entspricht der maximal erzielbaren Nettoreichweite innerhalb von 2 Wochen bzw. 4 Wochen



Mit MAGMA MEDIA – werberelevante Zielgruppen erreichen

Instore Radio Werbung wird vom Shopper bewusst erinnert und animiert zum Kauf



-Duschgel sei gemeldet. Die d von einer #schweissein einem Werbe-Social-Media-s auf Youtube odukte.

up Hafervoll ubiläum. Aniges launchen delten Riegel. old auf dunknhüllen einen ien Flapjack, ionelle englich orientiert rte Produkt an unchten Sor-n vergoldeten 2,99 Euro im voll.de.

nannt. Gegenüber der Zeitung kündigte das Unternehmen an, den überwiegend studentischen Mitarbeitern eine

Erst im Sommer dieses Jahres hatte Jägermeister die Verträge für die Promotion-Mitarbeiter überarbeitet. Zu-

eines Mitarbeiters geklagt, der Nachtzuschläge einforderte. Das Verfahren endete in einem Vergleich. Einen Zu-

mo-Teams in den unverwechselbaren Jägermeister-Uniformen für politisch unangebracht. *kon/dpa/lz 38-18*

Instore Radio-Spots lösen Kaufimpulse aus

Zwei Drittel der Kunden nehmen Kampagnen bewusst wahr – Junge Zielgruppe besonders affin – GfK-Studie

Augsburg. Instore Radio-Programme werden von Kunden positiv wahrgenommen. Die in einer Studie der GfK erhobenen Erinnerungswerte seien signifikant.

Während ihres Einkaufs haben 68 Prozent der befragten Kunden das jeweils ausgestrahlte Instore Radio-Programm bewusst wahrgenommen. Eine besonders hohe Wahrnehmung wurde dabei in den Märkten der Metro-Großflächentochter Real gemessen. Hier fiel das Radio 81 Prozent der Shopper auf.

Das fand eine Studie der GfK heraus. Der Auftrag dafür stammte vom Augsburger Vermarkter von Instore Radio im deutschen LEH, Magma Media. Das Unternehmen sorgt nach eigenen Angaben in rund 5000 LEH-Outlets mit rund 100 Mio. Kontakten pro Woche für die richtige Verbrauchersprache und sieht sich als marktführenden Anbieter der Branche.

In einem Kooperationsprojekt mit Wettbewerber IMS/Mood Media wurden von GfK Media & Communication Research mehrere hundert Shopper zur Wahrnehmung und Wirksamkeit

einer Instore Radio-Kampagne eines „namhaften deutschen Herstellers von Brotaufstrichen“ befragt.

Laut der Untersuchung haben 66 Prozent der Befragten einen „positiven Eindruck“ und beurteilen die Tatsache als gut oder sehr gut, dass sie während des Einkaufs durch ein Radioprogramm begleitet werden. Kunden im Alter von 14 bis 29 Jahren fühlen sich von dem reichweitenstarken Kanal offenbar besonders gut unterhalten und informiert (75 Prozent). 13 Prozent der Befragten konnten sich spontan und ohne Stützung an die

Werbespots für den Brotaufstrich erinnern. Unter den 14- bis 29-Jährigen waren es sogar 19 Prozent. Gestützt gab jeder vierte Shopper an, die Kampagne im Markt gehört zu haben.

Unter den Käufern der Kategorie Brotaufstriche war es sogar mehr als jeder Dritte. Ebenfalls als signifikant bezeichnet die GfK den Zusammenhang zwischen Werbeerinnerung und Produktkauf. 22 Prozent der Spot-Erinnerer kauften auch den beworbenen Brotaufstrich. Bei den Nicht-Erinnerern waren lediglich 14 Prozent Käufer. *lz 38-18*

Quelle: Lebensmittelzeitung KW38-2018

Auftragsannahme

Aufträge müssen mindestens 15 Werktage vor dem ersten Ausstrahlungstermin eingegangen sein. Aufträge werden nach schriftlicher Bestätigung durch die MAGMA MEDIA verbindlich. Bei Aufträgen, die aus zeitlichen Gründen vor der Ausstrahlung nicht mehr schriftlich bestätigt werden können, kann die Bestätigung auch nach der ersten Ausstrahlung erfolgen. Nebenabreden und Auftragsänderungen bedürfen der Schriftform.

Sendeunterlagen

Zur reibungslosen Auftragsabwicklung wird benötigt: eine sendefähige Einspielung des vorproduzierten Werbebeitrages, ein Einschaltplan mit Angaben über Spotlänge, Kunde, Produkt, ein Textmanuskript sowie alle Angaben, die für die Abrechnung mit der GEMA und mit sonstigen Verwertungsgesellschaften notwendig sind. Enthält der Werbebeitrag keine GEMA-pflichtigen Bestandteile, so ist auch dies gesondert zu vermerken. Das Werbemotiv kann per E-Mail im mp3-Format mit 320 kbit/s mono und einer Samplingrate von 44,1 kHz zugesandt werden und muss deutlich gekennzeichnet spätestens 10 Werktage vor dem ersten Ausstrahlungstermin eingegangen sein.

Aufträge und Sendeunterlagen bitte fristgerecht versenden an:

MAGMA MEDIA GmbH
Curt-Frenzel-Str. 10
86167 Augsburg
Mail media@magma-media.de
Fax +49 (0) 821 50 87 78 88

Die Pflicht zur Aufbewahrung der Unterlagen und der Sendekopien endet mit der gemäß Auftrag letzten Sendung des Werbebeitrages. Danach ist MAGMA MEDIA zur Vernichtung der Materialien berechtigt.



Zahlungsbedingungen

Die Rechnungen werden kampagnenbezogen drei Wochen vor der ersten Ausstrahlung erstellt. Sie sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug fällig. Bei Zahlung innerhalb von 7 Tagen oder bei Erteilung einer Einzugsermächtigung gewähren wir 2 % Skonto.

Kontoverbindung

Hypovereinsbank

IBAN: DE 83 545 2019 4000 676 9470

BIC: HYVEDEMM483

Umsatzsteuernummer

DE 814 738 618

Geschäftsbedingungen

Im Übrigen gelten die beiliegenden AGB (allgemeinen Geschäftsbedingungen).

Die in dieser Preisliste angegebenen Reichweiten und Preise beziehen sich auf den Stand 01.01.2019.

Verbindliche Preise und Leistungsdaten ergeben sich aus den aktuellen Angeboten von MAGMA MEDIA.



Individuelles Angebot

Wir erstellen Ihnen innerhalb eines Tages auf Basis der Zielgruppe ein maßgeschneidertes Angebot. Zur Maximierung der Kampagneneffizienz basiert unsere Mediaplanung stets auf den Ergebnissen der IR-MA und damit auf dem GfK Consumer Scan Haushaltspanel mit 30.000 Haushalten und rund 1 Mio. Einkaufsakten.

Spotproduktion

Wir beraten Sie nicht nur bei der Kreation Ihres Instore-Radio Spots, sondern übernehmen für Sie auf Wunsch auch die komplette Produktion.

Listungsscheck

Vor jeder Kampagne überprüfen wir die Listung des zu bewerbenden Produktes im gewünschten Sendegebiet. Die dafür notwendigen EAN-Codes auf der Verbraucherpackung müssen der MAGMA MEDIA spätestens 4 Wochen vor Sendebeginn vorliegen.

Werbezeitenvorabplanung

14 Tage vor dem ersten Ausstrahlungstermin informieren wir den Handel über die bevorstehende Kampagne und geben ihm damit die Möglichkeit zur Vorbereitung.

Werbewirkungstests

Über 200 Marktforschungsstudien (Nielsen, GfK, TNS Infratest) testieren die qualitative und quantitative Werbewirkung von Instore Radio am Point of Sale.

Auf Wunsch kümmern wir uns um die komplette Organisation und Abwicklung von Werbewirkungstests mit den führenden Marktforschungsinstituten. Gerne unterbreiten wir Ihnen hierzu ein individuelles Angebot.

Media Vertrieb

Rainer Lengert

Im Flecken 45a

65366 Geisenheim

Fon +49 (0) 6722 98 07 00

Fax +49 (0) 6722 98 07 02

Mobil +49 (0) 171 61 17 277

Mail lengert@magma-media.de

Stefan Hanika

Curt-Frenzel-Straße 10

86167 Augsburg

Fon +49 (0) 821 50 87 78 91

Fax +49 (0) 821 50 87 78 88

Mobil +49 (0) 172 44 12 147

Mail hanika@magma-media.de

Auftragsabwicklung

Kai Roßkopf

Curt-Frenzel-Straße 10

86167 Augsburg

Fon +49 (0) 821 50 87 78 94

Fax +49 (0) 821 50 87 78 88

Mail rosskopf@magma-media.de

Geschäftsführung

Michael Kimmich

Curt-Frenzel-Straße 10

86167 Augsburg

Fon +49 (0) 821 50 87 78 90

Fax +49 (0) 821 50 87 78 88

Mail kimmich@magma-media.de

