



Tom's Networking

Das Magazin für Home-Networking

Mediadaten 2013 / 2014



Positionierung

Der Tom's Networking Guide Deutschland ist das einzige deutschsprachige Magazin, das speziell die Vernetzung aus der Sicht von Heimanwendern und kleiner und mittelständischer Unternehmen (KMU) beleuchtet.

Der Tom's Networking Guide ist die optimale Plattform, um sowohl IT-Professionals, -Einkäufer und -Entscheider kleiner und mittelständischer Unternehmen, als auch technikbegeisterte Konsumenten **ohne Streuverluste** zu erreichen.

Reichweite 2012

ca. 3,5 Mio. Page Impressions

ca. 300.000 Unique Visitors

Leserprofil

- 75 % der Leser sind an Kaufentscheidungen direkt beteiligt
- 72 % der Leser setzen ein hohes Vertrauen in die redaktionellen Beiträge
- 51 % der Leser sind IT-Profis
- 90 % der Leser sind bereits länger als vier Jahre im Internet
- 64 % der Leser beraten mindestens fünf weitere Kaufentscheider

ca. 45.000 Visits pro Monat

ca. 30.000 Unique Visitors pro Monat

ca. 3.500.000 Ad Impressions pro Monat

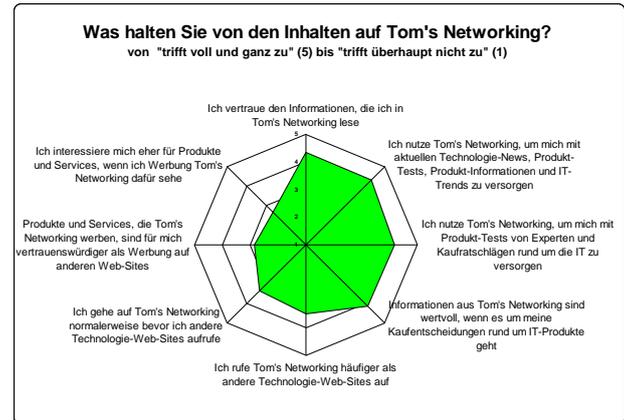
(Basis: AWStats-/OpenX-/ DfP-Durchschnittswerte 2012/2013)

1 Positionierung

Tom's Networking Guide ist die einzige deutschsprachige Publikation, die sich schwerpunktmäßig mit der Vernetzung und den darauf aufbauenden Funktionen speziell aus der Sicht des Heimanwenders oder Verantwortlichen im Bereich der Kleinen und Mittelständischen Unternehmen (KMU) beschäftigt. Dank des eigenen Labors sowie der Zusammenarbeit mit Hochschulen und Instituten sind die veröffentlichten Daten immer aus erster Hand. Die Beiträge werden von renommierten Autoren erstellt, die selbst in diesem Bereich journalistisch oder in der Industrie tätig sind.

Der Tom's Networking Guide Deutschland war als unabhängiger "Netzwerk"-Themenkanal des "Tom's Hardware Guide" gegründet worden um der zunehmenden Vernetzung von Geräten und Funktionen in KMUs und im privaten Bereich Rechnung zu tragen. Der Tom's Networking Guide Deutschland (TNGD) war am 1. Juli 2004 als eigenständige Präsenz unter <http://www.tomsnetworking.de> gestartet und operiert seit September 2005 völlig eigenständig. Er erscheint zunächst nur in deutscher Sprache.

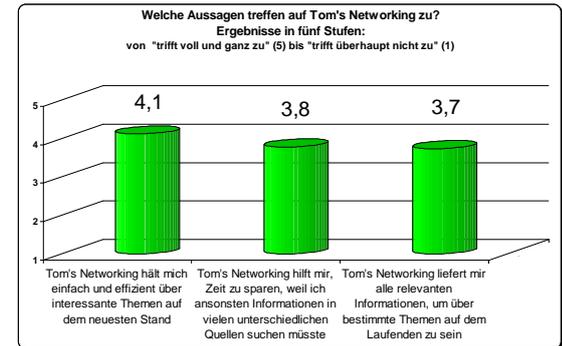
Eine Leserbefragung aus dem Jahr 2006 zeigte eindrucksvoll, wie erfolgreich die Ausrichtung auf hochwertigen und eigenständigen Content ist: Die Leser setzen großes Vertrauen in die Informationen, die sie im Tom's Networking Guide Deutschland finden.



2 Struktur

Der Inhalt gliedert sich in sechs Rubriken:

- **News** über Produkte und Technologien,
- **Business-News:** Unternehmens-, Markt- und Personal-Meldungen
- **Veranstaltungs-Hinweise**
- **Tests:** Professionelle Einzel- und Vergleichstests
- **Reports** zu technischen Trends und Veranstaltungen
- **Tips & Tricks** zum Lösen von Problemen
- **Meinung:** Glossen und Kommentare.



Diese Strukturierung nehmen die Leser gerne an, denn so finden sie die gesuchten Informationen schneller und effizienter. Preise und Auszeichnungen (Awards) für Produkte und Hersteller werden besonders hervorgehoben.





Sparten

Erreichen Sie Ihre Zielgruppe noch präziser durch tiefgehende, Umfeld-spezifische Ansprache innerhalb des Tom's Networking Guide: Die Sparten-einteilung ist durchgehend implementiert und erlaubt die präzise, kontextsensitive und damit ohne Streuverluste einhergehende Platzierung von Werbemitteln.

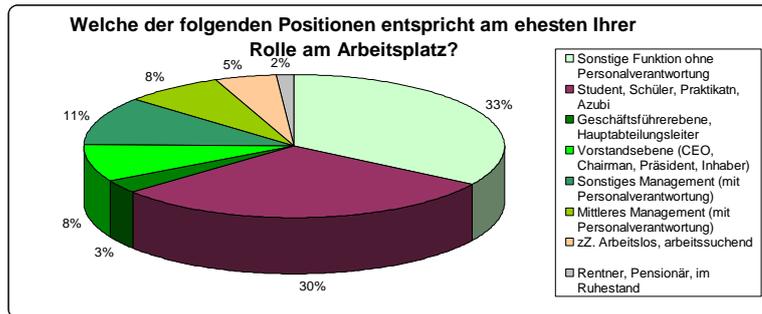
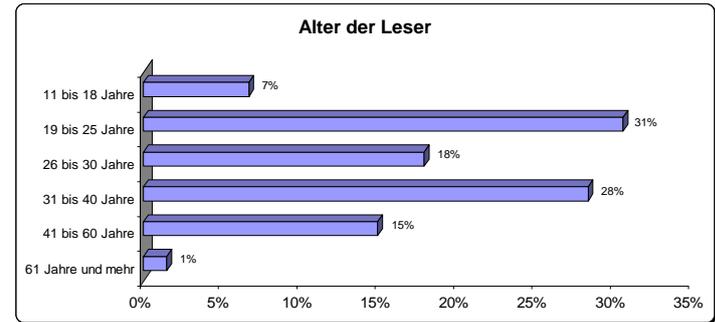
Mobile Generation:	Smartphones, Tablets, PDAs, Payment, GSM, UMTS, LTE, Zubehör
Digital Lifestyle:	IPTV, HDTV, Home-Server & Netzwerk-Player, Hausautomation
Drahtlos-Netze:	WLAN / WiFi, Powerline Communications (PLC)
Kabel-Netze:	LAN, Ethernet, Optische Netze (POF)
Nahbereichs-Netze:	Bluetooth, NFC, RFID, UWB
Echtzeitkommunikation:	Videokonferenz-Systeme, VoIP, Skype, SIP und Instant Messenger
Office Connectivity:	Virtualisierung, Groupware & Server-OS, VPN, Wartungs-Tools
Sicherheit:	Security & Safety von Anti-Virus über Anti-SPAM bis USV
Software:	Apps, Utilities, Middleware, Standards

3 Leserprofil

Die Leser des Tom's Networking Guide sind im Wesentlichen technikaffine IT-Profis, IT-Anwender und IT-Fachhändler. Im Rahmen der Leserbefragung 2006 wurde das Profil eingehend aufgenommen:

Altersverteilung der Leser

46 Prozent der Leserschaft sind zwischen 26 und 40 Jahre alt. Der durchschnittliche Leser ist 27 Jahre alt. Die meisten Leser des TNG nutzen das Internet täglich. Neun von zehn Lesern sind bereits seit mehr als zehn Jahren im Internet zuhause.

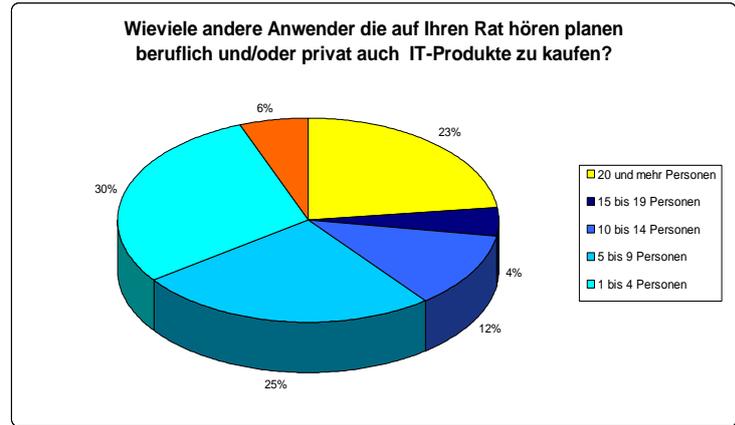
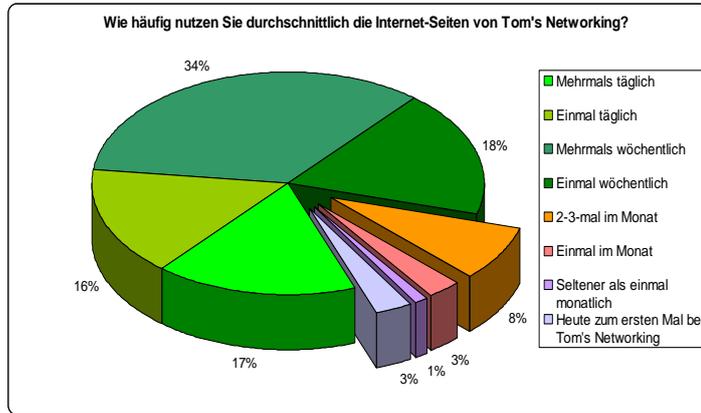


Position im Berufsleben

- 63 Prozent der Leser stehen im aktiven Berufsleben.
- 30 Prozent der Leser davon bekleiden verantwortliche Positionen mit Weisungs- und Personalverantwortung
- 51 Prozent der Leser sind in der IT-Branche tätig

Der tng-Leser ist ein Multiplikator

Rund zwei Drittel der Leser beeinflussen die Kaufentscheidung von mindestens fünf weiteren Personen. Etwa ein Viertel der Leser sind sogar Berater von 20 Kaufinteressenten oder mehr.

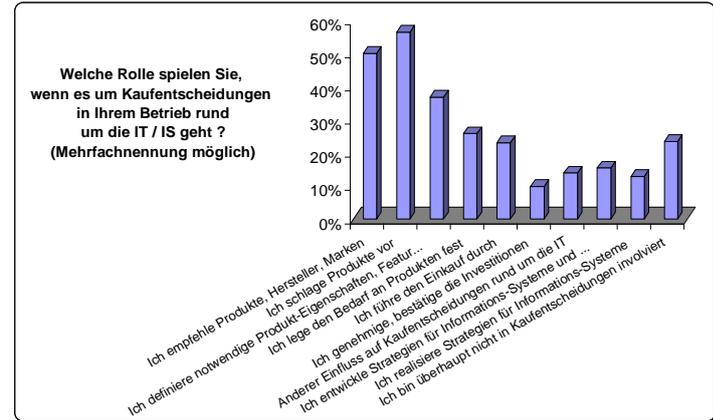


tng-Leser sind treu.

Zwei Drittel der Leser des Tom's Networking Guide Deutschland besuchen die Seiten des Tom's Networking Guide mehrmals pro Woche.

Rolle bei der Kaufentscheidung im Betrieb.

75 Prozent der Leser sind in ihrem Berufsleben oder privat unmittelbar in Kaufentscheidungen involviert.

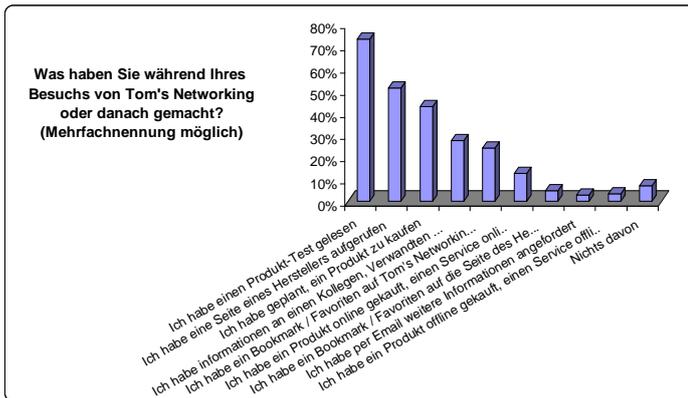


Die Sofortwirkung.

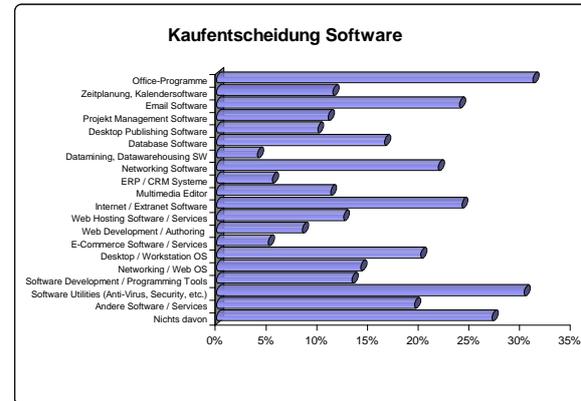
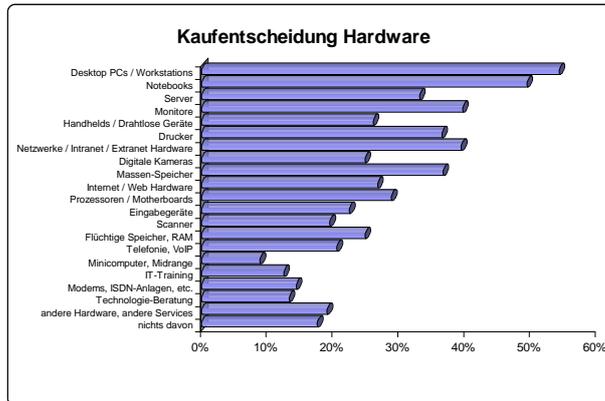
Die überwiegende Mehrheit liest Produkt-Tests.

Mehr als die Hälfte der Leser besucht nach dem Lesen der tng-Webseite eine Firmen-Webseite.

Fast die Hälfte der Leser trifft auf dieser Grundlage ihre Kaufentscheidung.



4 Kaufentscheidung nach Produktgruppe



Im Bereich Hardware interessiert sich die überwiegende Mehrheit der Leser für Komplettsysteme wie PCs, Notebooks oder Server.

In der Peripherie-Gruppe liegt die Nachfrage nach Netzwerk-Komponenten in etwa auf dem Niveau der Nachfrage nach LCD-Monitoren.

In der Software-Kategorie sind Office-Programme die meist gefragten Produkte, dicht gefolgt von Utilities, besonders aus dem Security-Bereich.

5 Werbeformen im Tom's Networking Guide Deutschland

Klassische Online-Werbeformen

In den Bereich der klassischen Online-Werbeformen fallen sämtliche Banner in Standardgrößen mit Standard-Positionierung in den verschiedenen Rubriken wie Tests, Reports oder Übersichtsseiten. Wir bieten drei Standard-Platzierungen auf den jeweiligen Web-Seiten an:

- **Run of Site:** Die gebuchten Werbeelemente werden bis zum Erreichen der vereinbarten Kontaktanzahl auf allen Seiten des Magazins mit gleicher Wahrscheinlichkeit gleichmäßig über den Buchungszeitraum verteilt angezeigt.
- **Homepage:** Die gebuchten Werbeelemente werden bis zum Erreichen der vereinbarten Kontaktanzahl auf der ersten Seite (Homepage) gleichmäßig über den Buchungszeitraum verteilt angezeigt. Dort ist eine Rotation mit anderen Werbeanzeigen möglich.
- **Run of Category:** Die gebuchten Werbeelemente werden bis zum Erreichen der vereinbarten Kontaktanzahl nur auf denjenigen Seiten des Magazins gleichmäßig über den Buchungszeitraum verteilt angezeigt, welche Inhaltselemente einer bestimmten Sparte enthalten.

Mögliche Platzierungen auf einer Beitragsseite.

Inter-Content-Banner

Platzierung: in der Mitte einer Seite

Formate: 300 x 250 (600) Pixel, Homepage nur 300 x 250 Pixel

Skyscraper / Halfpage Ad

Platzierung: in der rechten Außenspalte

Formate: 120 x 600 (800) Pixel, 300 x 600 (800) Pixel

Leaderboard

Platzierung: am Anfang einer Seite (Top-Position)

Format: 728 x 90 (120)

Rectangle (MPU)

Platzierung: in der rechten Außenspalte

Format: 300 x 250 (300) Pixel

Hockeystick

Platzierung: Kombination aus Leaderboard und oberer Position in der rechten Außenspalte

Format: 728 x 90 (120) + 120 (300) x 600 (800) Pixel



Platzierungsbeispiele der Werbezonen auf einer Beitragsseite



Advertorial und individuelle Werbeformen

Neben den klassischen Online-Werbeformen haben Sie ferner die Möglichkeit, individuelle Specials auf Tom's Networking zu realisieren, wie die folgenden Beispiele zeigen:

Advertorial: Zur Firmen-Präsentation, Kontaktpflege oder Generierung von qualifizierten Kontakten kann im Rahmen des Firmenverzeichnis eine Eintrag erstellt werden, der neben der Firmen-Vorstellung und den Kontaktdaten noch Links zu internen sowie externen Dokumenten enthält. Die können neben den bei uns veröffentlichten Meldungen auch Beiträgen auf eigenen sowie fremden Internet-Magazinen und Unternehmens-Dokumente wie Whitepaper oder Case-Studies sein.

Minisite oder Microsite mit Funktion: Zur Bekanntmachung eines neuen Produktes, zur Meinungsermittlung oder Generierung von qualifizierten Kontakten kann eine gesonderte thematische Site erstellt werden, in der beispielsweise nach Registrierung und Ausfüllen eines Fragebogens an einem Preisausschreiben teilgenommen werden kann.

Sparten-Sponsoring: Bei der Anzeige von Inhaltselementen, beispielsweise Artikeln oder News-Meldungen, die zu der gesponserten Sparte gehören, werden ein Top-Banner und ein Skyscraper des Sponsors angezeigt. Bei Übersichtsseiten, die Inhalte aus verschiedenen Sparten enthalten, werden die Werbebanner mit der entsprechenden Wahrscheinlichkeit eingeblendet.

Sämtliche Sonderwerbeformen lassen sich den spezifischen Anforderungen des Auftraggebers anpassen.



Preise

5.1.1 Banner

Die Tausender-Kontakt-Preise (TKP) für die gängigsten Werbeformate haben wir für Sie in der folgenden Tabelle zusammengestellt. Gerne erstellen wir Ihnen ein individuelles Angebot.

	Run of Site
Full Banner	30 EUR
Square Button	25 EUR
Skyscraper	60 EUR
Large Rectangle	60 EUR
Leaderboard	60 EUR

5.1.2 Advertorial

Im Advertorial-Bereich haben Firmen die Möglichkeit sich vorzustellen und Whitepaper und Case-Studys zu veröffentlichen. Die Preise richten sich nach Umfang des Eintrags. Detail-Informationen erhalten Sie auf Anfrage.

	Preis
Basis-Eintrag	500 EUR / Jahr
Pro externer Verlinkung	30 EUR / Jahr
Aufpreis für Hosting der Dokumente	40 EUR / angefangene 5 MByte
Redaktionelle Aufarbeitung	nach Aufwand

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.



Campaign History

Specific dates: 20 November 2013 - 12 December 2013

Day	Imps	Clicks	CTR	Rev.	CPM
12-12-2013	6,977	54	0.20%	--	--
14-12-2013	3,133	6	0.20%	--	--
16-12-2013	4,228	6	0.08%	--	--
18-12-2013	4,982	26	0.69%	--	--
19-12-2013	3,010	10	0.20%	--	--
20-12-2013	3,688	22	0.43%	--	--
21-12-2013	6,763	36	0.20%	--	--
23-12-2013	6,289	17	0.27%	--	--
24-12-2013	3,989	10	0.25%	--	--
25-12-2013	6,289	13	0.20%	--	--
26-12-2013	3,144	21	0.20%	--	--
27-12-2013	6,889	16	0.20%	--	--
28-12-2013	3,741	20	0.20%	--	--
29-12-2013	4,627	15	0.20%	--	--
Total	75,983	263	0.20%	--	CPM

Werbekunden erhalten auf Wunsch individuell Zugang zum Advertisement-Server des Tom's Networking Guide Deutschland und können damit die Wirkung ihrer Werbekampagne selbst überprüfen.

Werbekunden erhalten per E-Mail an eine vordefinierte Adresse im Wochen- oder Monats-Turnus eine Auswertung ihrer Werbemaßnahme, aus der hervorgeht, wie häufig ein Werbemittel angezeigt wurde (Anzahl der AdViews) und wie oft die Leser des Tom's Networking Guide Deutschland darauf geklickt haben (Click Through Rate/CTR).

In jeder Werbekampagne lassen sich mehrere Werbemittel schalten und zur Laufzeit aktualisieren: Über ihren Zugang zum Ad-Server können Werbekunden eingebuchte Banner einzeln aktivieren oder deaktivieren.

Seitenaufbau und Schnellnavigation



Der Seitenaufbau gliedert sich wie folgt:

- Slider-Element mit TOP-Meldungen / ähnlichen Beiträgen
- Firmenverzeichnis: Je nach Umfang der Buchung blenden wir Kategorie- / Zufalls-gesteuert Einträge aus dem Firmenregister ein.
- Newsticker
- Im unteren Teil erscheint der erste Teil des aktuellsten Beitrags. In der rechten Spalte finden Sie Veranstaltungshinweise, Links zu Medien und Bildergalerien sowie Social-Media-Links. Auf Unterseiten können die Leser in der rechten Spalte zudem bereits vorhandene Kommentare zu den Beiträgen lesen oder selbst Kommentare verfassen.

Das Layout ist für VXGA-Bildschirme (1280x1024) optimiert. Die Lesbarkeit auf PDAs und Smartphones ist gegeben.



Unsere **Mediadaten** finden Sie als PDF-Dokument im Internet unter:

http://www.tomsnetworking.de/fileadmin/tng/marketing/TNGD_MediaD2014.pdf

Den Flyer für das **Firmenverzeichnis** finden Sie im Internet unter:

http://www.tomsnetworking.de/fileadmin/tng/marketing/Flyer_Smarthome_Print_2013.pdf

Anfragen zu Sonderwerbformaten und dem Firmenverzeichnis betreuen:

Sales-Team

Tel.: +49 (89) 40 90 76 13 | Fax: +49 (89) 40 90 89 91

E-Mail: sales@tomsnetworking.de

oder:

vertical techmedia AG

Destouchesstraße 68, 80796 München

Tel: +49 (89) 41 61 78 - 240 | Fax: +49 (89) 41 61 78 - 244

E-Mail: sales@verticaltechmedia.de oder
sales@tomsnetworking.de



© Smartmedia PresSservice GmbH 2014, Am Herrgottseck 3D, D-81669 München, Germany.