



# WETTER-TARGETING

## WENN DAS WETTER MITSPIELEN MUSS

Januar 2018

# WERBEAUSSPIELUNG NACH GEWÜNSCHTER WETTERLAGE



Wetter-Targeting bietet sich für Produkte an, deren Absatz an bestimmte **Wetterbedingungen** und **Saisonalitäten** gebunden ist. Die Werbeausspielung erfolgt nur dann, wenn gewisse Kriterien im Hinblick auf das Wetter am Standort des Users erfüllt sind. Es können sowohl **Wetterlagen** (Sonne, Bewölkung, Regen, Schnee) als auch **Temperaturen** (z.B. mind./max. 20°) getargetet werden.



- **PASSENDE WERBUNG ZU JEDEM WETTER**

Je nach Wetterlage erhält der User unterschiedliche Werbemittel mit Inhalten, die zum aktuellen Wetter passen

- **PERFECT MATCH VON WETTER & PRODUKT**

Die Kombination von Wetterlage und Temperatur erlaubt eine Produktbewerbung im idealen Wetter-Setting

## WETTER-TARGETING: BUCHUNGSOPTIONEN & KONDITIONEN

### BUCHUNGSOPTIONEN & RAHMENBEDINGUNGEN:

- Für alle Display-Formate in RoS, RoC, RoN – auf Desktop und MEWs (nicht in Apps)
- Kombinierbar mit anderen Targeting-Varianten (Soziodemografie, Predictive Behavioral Targeting, Technisches Targeting, Re-Targeting)
- Kombination von Wetterlage und Temperatur sind möglich
- Mit Frequency Capping buchbar
- Kein Forecast aufgrund Unvorhersehbarkeit des Wetters (keine „Schönwetter“-Garantie)\*
- Anlieferung mehrerer Werbemittel, sofern bei den definierten Wetterlagen unterschiedliche Motive gezeigt werden sollen

### KONDITIONEN & ABRECHNUNG:

- 10 € additiver Targeting-Aufschlag auf den Brutto-TKP
- Effektive Abrechnung der Kampagne