

Advertorial | umweltdialog.de

20.000
170.000

Visits
Page Impressions

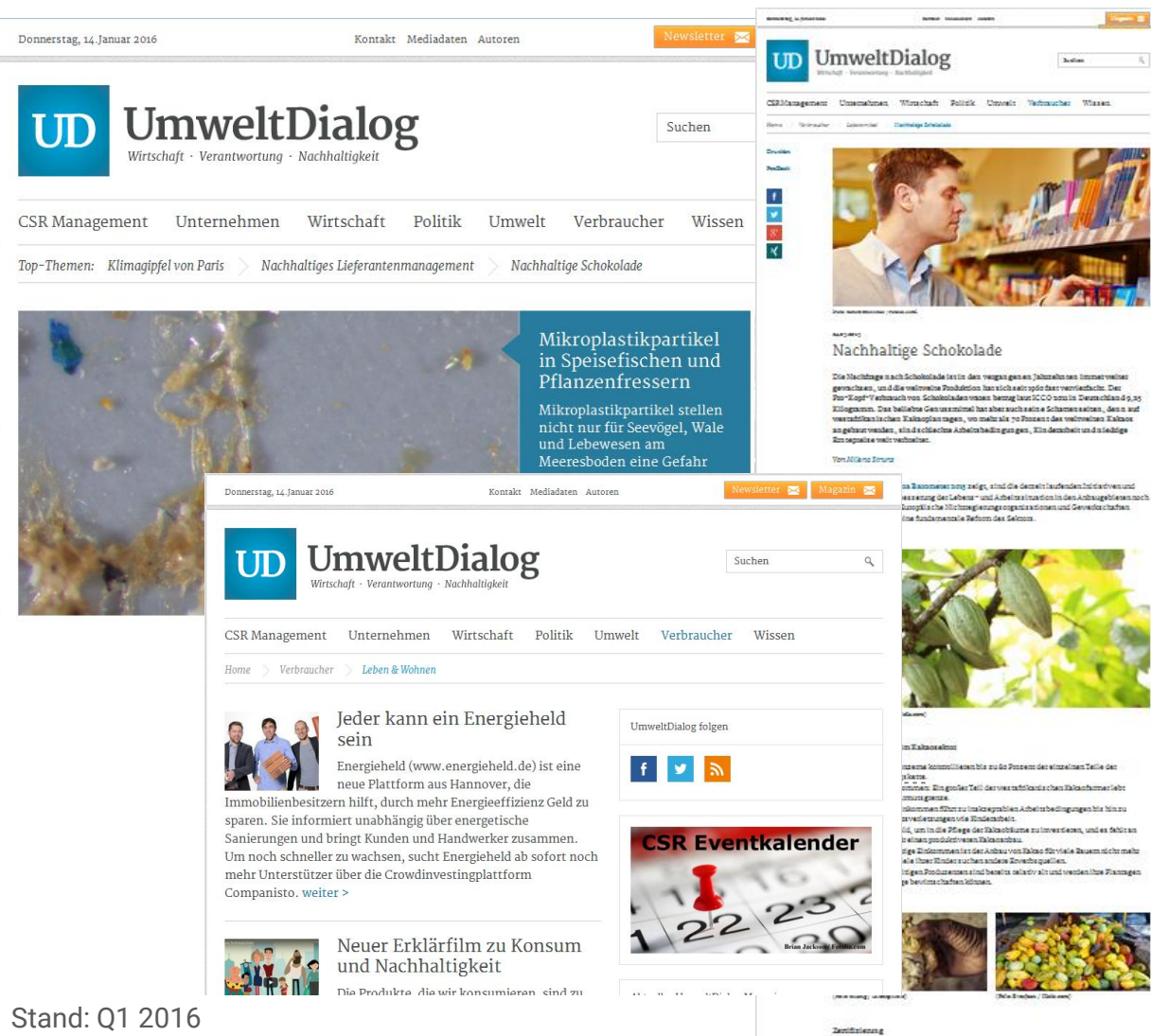


BESCHREIBUNG

UmweltDialog ist ein unabhängiger Nachrichtendienst rund um das Thema Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility. UmweltDialog funktioniert nach den Prinzipien eines klassischen Online-Nachrichtendienstes, in welchem Nachrichten und Meldungen nachhaltig wirtschaftender Unternehmen, aus der Politik, Wissenschaft und von NGOs veröffentlicht werden. Zudem produziert das Redaktionsteam von UmweltDialog eigene Berichte, Reportagen und Interviews als Rahmengeschichten. Das Geschäftsmodell basiert darauf, das interessierten und glaubhaft engagierten Unternehmen als Content-Partner die Möglichkeit gegeben wird, für ihre Pressemitteilungen die Leserreichweite des Verlages UmweltDialog zu nutzen.

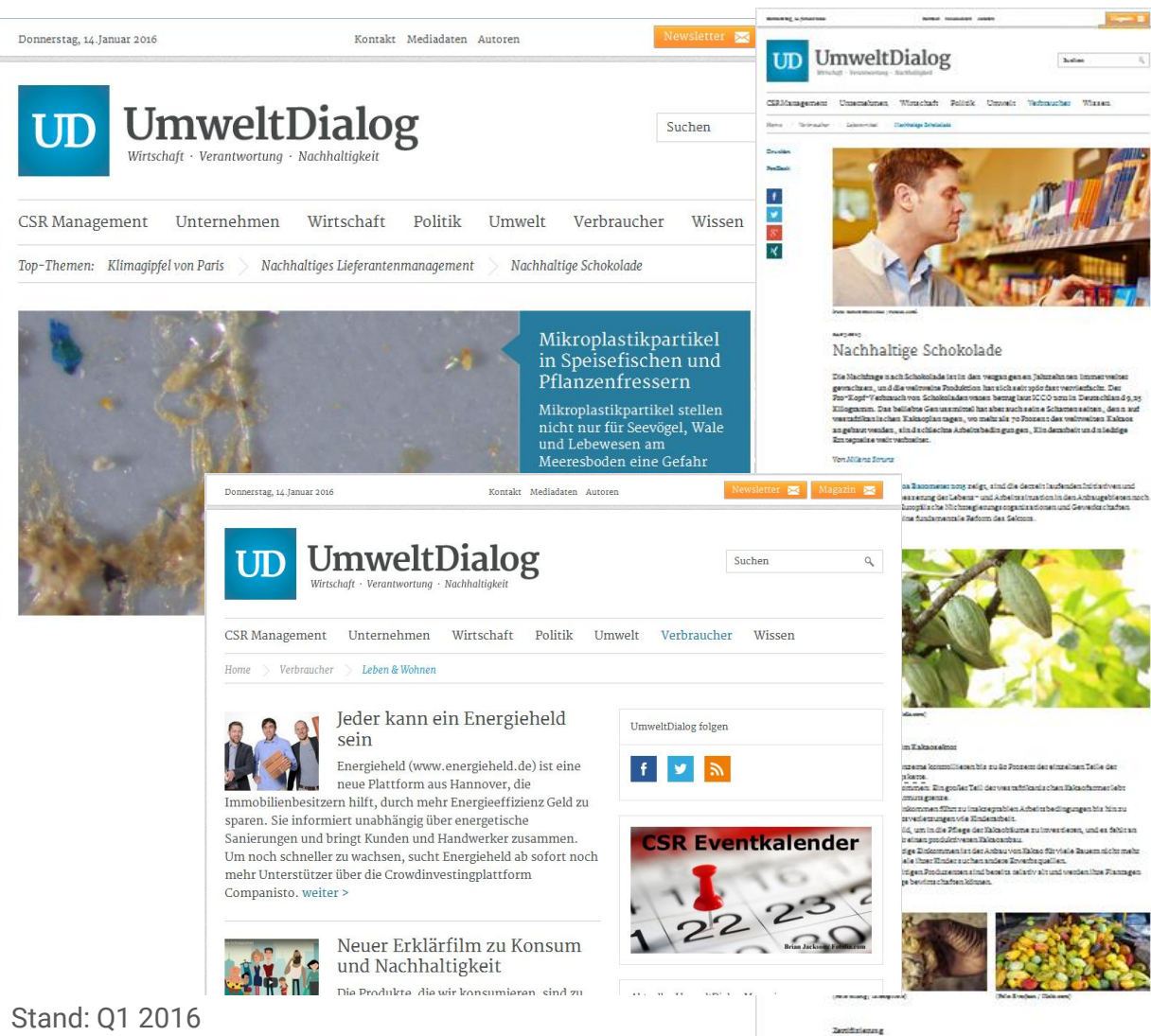


Advertorial | umweltdialog.de



- Advertorials werden individuell konzipiert und gestaltet. Zusätzliche Elemente wie z.B. Bilderstrecken, Videos oder Grafiken können integriert werden.
- Ein Promotion Ad als Teaser im gebuchten Ressort sowie optional weitere Werbemittel leiten die User in das Advertorial.
- Flankierende Werbemittel wie z.B. ein Frame Ad oder Wallpaper, innerhalb des Advertorials, steigern die Aufmerksamkeit der User.
- Advertorial und Promotion Ad werden mit dem Wort „ANZEIGE“ gekennzeichnet.
- Emc GmbH übernimmt nach Wunsch die Produktion und Gestaltung des Advertorials. Dabei wird das gesamte Material vom Kunden zur Verfügung gestellt.

Advertorial | umweltdialog.de



- Optional Werbemittel auf der Startseite, die auf eine Microsite verlinkt.
- Durch Werbemittel im Advertorial erzeugen Sie eine höhere Aufmerksamkeit.
- Die Marken/Produkte profitieren von der Bekanntheit von umweltdialog.de
- Dank der redaktionellen Gestaltung der Themenspecials wirken die Inhalte nicht werblich.
- Maßgeschneiderte Kooperationsmöglichkeiten zu Ihrem Produkt
- Teaser
- Redaktioneller Teaser, welches auf die Microsite verlinkt.
- Alle Produktinformationen können transportiert werden.
- Redaktioneller Teaser voraussichtlich monatlich 80.000 Impression auf der Startseite
- Banner Teaser nach Verfügbarkeit.
- Zusätzliche Medialeistung kann mit 50% Rabatt hinzugebucht werden – bei Verlinkung in das Advertorial

Advertorial | umweltdialog.de

145.334

Visits

671.745

Page Impressions

Gestaltungsrichtlinien:

- Redaktionelle Schrift und Schrift-Farbe dürfen nicht übernommen werden.
- Der Absender muss in Form eines Logos klar erkennbar sein.

Formate:

- Inkl. redaktioneller Spalte: automatisiert Breite x Höhe variabel
- Bildgröße: 560 Pixel Breite x Höhe ergibt sich aus der Breite
- Einbindungsmöglichkeiten über CMS - Rohmaterial

Textmaterial:

- Textentwurf oder Presstexte mit Angaben zu den gewünschten Inhalten und externen Verlinkungen
- Empfohlene Textlänge: ca. 2.500 – 3.000 Zeichen pro Seite

Werbemittel:

- Teaser 300 (360)x250 px | max. 40 kb
- *Billboard max. 800x250 px | max. 80 kb oder Wallpaper max. 728x90 + 200x600 | max. 80 kb
- Advertorial und Promotion Ad (Teaser) werden mit dem Wort „ANZEIGE“ gekennzeichnet.

Bildmaterial:

- Ca. 5 Bilder zur Auswahl in den Formaten JPEG, GIF, EPS oder PSD | Hochauflösendes Logo

Video oder Flashanimationen:

- Videos oder Flashanimationen können direkt im Contentbereich eingebunden werden
- Hochauflösendes Video als mov-File (optimal) oder als wmv (Kunde hostet)
- Optional erfolgt das Hosting über die emc GmbH

Response-Element (optional):

- Download, Kataloganforderung, etc.
- Abwicklung und Versand erfolgen über den Kunden

Advertorial | umweltdialog.de

Gestaltung und Programmierung*:

- ▣ 1-seitiges Advertorial: auf Anfrage
- ▣ inkl. 1 Promotion Ad (Teaser) : auf Anfrage
- ▣ inkl. 1 Promotion Ad (Teaser) und 1 Billboard: auf Anfrage

- ▣ Je nach Thema bietet sich auch eine Reihe von Artikeln an, z. B. Vorstellung des Themas, Lösungen und Experteninterview. Natürlich können wir auch – nach Prüfung – einen von Ihnen angefertigten Artikel veröffentlichen. Typischerweise zu einem etwas geringeren Preis. Fragen Sie uns!

Anlieferung und Deadlines:

- ▣ 7 Werktage vor Kampagnenstart an kampagnen@em-concept.de

Artikel Checkliste

- ✦ Textkörper: Sind Überschriften, Intro korrekt und werden Redaktionsvorgaben eingehalten?
 Titel: max. 50 Zeichen | URL: max. 73 Zeichen | Meta: max. 155 Zeichen | Oberzeile: max. 25 Zeichen |
 Unterzeile: max. 40 Zeichen | Text: max. 110 Zeichen | Intro: 30-40 Wörter
- ✦ Text: MINIMUM 150 Wörter – empfohlen ca. 350-500 / umfangreicherer Artikel gerne auch ca. 500-700 Wörter
- ✦ URL: Bestes Keyword vorne (Google Adwords)? Wiederholung des Keywords in Intro, Meta, H1?
- ✦ Verlinkungen: Sind Links im Text markiert? Kommt das verlinkte Wort in der Überschrift des neu verlinkten Texts vor?
- ✦ Bilder: Bildgröße kontrolliert? Alternativtext vorhanden? Bildunterschrift? Urheber angegeben?
- ✦ WICHTIG: Bei Bildern muss immer der Fotograf genannt werden © Fotolia oder © Thinkstock ist nicht ausreichend.
 Vorgabe Thinkstock (Getty Images): Fotograf/Kollektion/Thinkstock
- ✦ Bei Fokusbildern, die sich im Text nicht wiederholen, sollte der Fotograf idealerweise sogar im Bild stehen.

Was wir noch empfehlen:

- ✦ kein Firmenname in der Einleitung | kein Firmenname in der URL | kurze Intros, da diese auch in der Vorschau gezogen werden.

Ihr Ansprechpartner



HANJO WINGS

Fon: +49 (0)2463-99665 - 11

Mobil: +49 (0)151-23 55 6363

E-Mail: wings@em-concept.de

Wir stehen Ihnen gerne zur Seite.