



TECHNISCHE VORGABEN SPONSORED CONTENT

REDAKTIONELLE HERANGEHENSWEISE

Native Advertising ist eine Art Werbung, die in Form, Platzierung und Inhalt stark einem redaktionellen Beitrag gleicht und sich dem Umfeld anpasst, in dem sie verbreitet wird.



WAS ES ZU BEACHTEN GILT

1 Das Ziel definieren

Der Inhalt muss ein präzises Ziel verfolgen: Bekanntheitsgrad, Überlegung, Vorlieben, Kundenbindung, Empfehlung, aber auch eine konkrete Aktion anbieten (Newsletter abonnieren, eine App herunterladen, Angeboten nachgehen usw.).

2 Das Layout anpassen

Um von der Bekanntheit der Medienmarke zu profitieren, passen Sie sich dem grafischen und redaktionellen Stil soweit an, dass sich Ihre Aussage bestmöglich integrieren lässt.

3 Eine langfristige Strategie entwickeln

Wie jede Markenstrategie erfordert auch das Native Advertising eine umfangreiche Ausarbeitung mit zahlreichen Berührungspunkten und unterschiedlichen Geschichten. Schaffen Sie eine fesselnde Saga!

4 Wirksame Inhalte erstellen

Vervielfachen Sie die Formate (Interviews, Infografiken, Aussagen/Zitate, Videos usw.) und bereichern Sie somit die Lektüre.

5 Mit dem Titel das Interesse wecken

Der Titel soll den Leser ansprechen und zum Weiterlesen anregen. Er soll ein Versprechen abgeben, das der Inhalt weiterführen muss. Er muss eine allgemeine Frage beantworten, die sich jeder stellen könnte. Sie sind die Antwort!

6 Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte

Das Bildmaterial soll zu der Geschichte, die Sie erzählen wollen, beitragen. Ein gutes Bild ist 1.000 Worte wert!



WAS ES ZU VERMEIDEN GILT

1 Klassische Anzeigen veröffentlichen

Vermeiden Sie Ihre übliche Gestaltung von Printanzeigen, um Ihre Botschaft zu übermitteln.

2 Verwendung einer Pressemitteilung

Widerstehen Sie der Versuchung, Ihren Firmennamen überall zu erwähnen. Vermeiden Sie jegliche kommerziellen Inhalte. Vermeiden Sie Aussagen in der ersten Person (singular oder plural) wie „Ich“ oder „wir“. Der Inhalt muss neutral bleiben und nicht die Stimme des Unternehmens sein.

3 Von einem „One Shot“ ausgehen

Konzentrieren Sie sich nicht nur auf einmalige Ereignisse (Geburtstag, Umzug, Führungswechsel, Übernahme usw.), sondern auf umfassendere und vor allem unterschiedliche Themen, die Sie von der Konkurrenz abheben.

4 Falsche Versprechen

Das Native Advertising muss sowohl nützlich, als auch ehrlich und transparent sein.

5 Improvisation

Eine Inhaltsstrategie braucht Zeit zur Überlegung und zur Ausführung. Sie erfordert eine genaue Definition der Ziele und eine reelle interne Weiterführung.

6 Ineffizienz

Vermeiden Sie Fragen im Titel. Schreiben Sie nicht nur über Ihre Kreationen, Produktionen oder Dienstleistungen, sondern wozu diese im weitesten Sinne beitragen können. Diversifizieren Sie Themen und Blickwinkel, um Langeweile bei den Lesern zu vermeiden und Ihre Referenzierung zu optimieren.



TECHNISCHE VORGABEN SPONSORED CONTENT

VORGABEN - PRINT

	1/1 SEITE	1/1+1/1 SEITE
LUXEMBURGER WORT	3.500 Zeichen + 3/5 Fotos 200 dpi	auf Anfrage
CONTACTO	3.250 Zeichen + 2/3 Fotos 200 dpi	5.000 Zeichen + 4/5 Fotos 200 dpi
AUTOMOTO	2.500 Zeichen + 2/3 Fotos 300 dpi	3.700 Zeichen + 4/5 Fotos 300 dpi
CONSTRUIRE & RÉNOVER	3.000 Zeichen + 2/3 Fotos 300 dpi	4.250 Zeichen + 4/5 Fotos 300 dpi
DAS MAGAZIN	2.500 Zeichen + 2/3 Fotos 300 dpi	auf Anfrage
DECISAO	2.250 Zeichen + 2/3 Fotos 300 dpi	3.750 Zeichen + 4/5 Fotos 300 dpi
D'HANDWIERK	2.750 Zeichen + 2/3 Fotos 300 dpi	4.100 Zeichen + 4/5 Fotos 300 dpi
EXPAT HUB MAGAZINE	2.500 Zeichen + 2/3 Fotos 300 dpi	auf Anfrage
EXZELLENZ	3.000 Zeichen + 3/4 Fotos 300 dpi	4.200 Zeichen + 4/5 Fotos 300 dpi
HEALTH BELLS	2.500 Zeichen + 2/3 Fotos 300 dpi	3.500 Zeichen + 4/5 Fotos 300 dpi
LUXEMBOURG TIMES MAGAZINE	2.500 Zeichen + 2/3 Fotos 300 dpi	auf Anfrage
MERKUR	2.600 Zeichen + 2/3 Fotos 300 dpi	auf Anfrage
MOBILITY LIFE	2.500 Zeichen + 2/3 Fotos 300 dpi	auf Anfrage
TÉLÉCRAN	2.500 Zeichen + 2/3 Fotos 300 dpi	3.500 Zeichen + 4/5 Fotos 300 dpi
TENDANCES	3.200 Zeichen + 3/5 Fotos 300 dpi	auf Anfrage
WHY LUXEMBOURG	3.200 Zeichen + 3/5 Fotos 300 dpi	auf Anfrage

Logo + Adresse (am Fuß der Seite) + Vermerk Sponsored Content

VORGABEN - DIGITAL

TEXTE/ZEICHEN/FOTOS

TEASER/ARTIKEL

Foto: 1.600px Mindestlänge (Das Teaser-Foto muss nicht mit Hauptbild des Artikels übereinstimmen)

Titel: 60 Zeichen inkl. Leerzeichen

Haupttitel: 155 Zeichen inkl. Leerzeichen

ARTIKEL

Titelbild: Mindestlänge 1.600px

Haupt-Teaser: Maximal 300 Zeichen, inkl. Leerzeichen

Artikel: Wir empfehlen eine Obergrenze von 5.000 Zeichen

Das Einfügen interaktiver Elemente, wie Fotos, Grafiken, Social Posts, Videos, ... sind der Lesedauer vom Sponsored Content förderlich.

Native Umfragen zum Zweck der Datensammlung können in die Artikel eingebettet werden.

Grafiken können auf Wunsch auch von uns in Native Artikel eingebettet werden.

LOGOS

Keine Logoplatzierungen auf der Homepage

VERLINKUNGEN

Anzahl der Verlinkungen nach Wunsch

VORGABEN FÜR DIE VERÖFFENTLICHUNG

- Bereitstellung eines Layout-Modells (word, pdf) zum besseren Verständnis Ihrer Wünsche, inkl. grafischen Vorgaben, Schrift (Größe und Farbvorgaben) für eine optimale Angliederung an die Grafik-Charta von wort.lu und luxtimes.lu.
- Korrektur durch die Advertorial-Redaktion mit digitalem „Preview“ zur Freigabe vom Kunden.
- 3 Korrekturen (Reihenfolge, Fotos, ...) inbegriffen. Sonderwünsche werden mit einem Stundensatz von 85€ berechnet.

FRISTEN UND DATENÜBERMITTLUNG

Fertiggestelltes Text- und Fotomaterial bitte spätestens 4 Tage vor der Veröffentlichung, an online@regie.lu übermitteln (Onlineschaltung – Montag 8.00 Uhr)