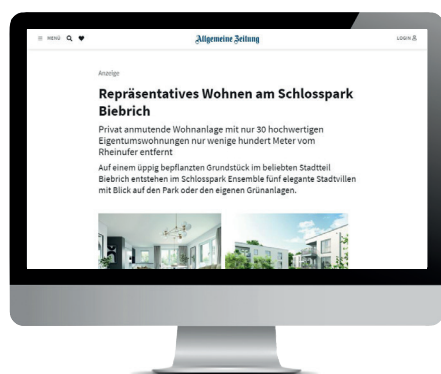


Branded Content

Native Premium



Mindestlaufzeit: 7 Tage
TKP: 20,00
Buchbar ab netto
1.500,00

Native Ad¹

- Abrechnung nach AdImpressions
- Geo-Targeting: optional
- Landingpage inkludiert

Facebook Branded Content²

- Abrechnung nach ausgelieferten AdImpressions innerhalb der ersten 3 Tage nach Kampagnenstart
- Geo-Targeting: optional

Instagram Branded Content²

- Abrechnung nach ausgelieferten AdImpressions innerhalb der ersten 3 Tage nach Kampagnenstart



Anmerkung:

Der Native Teaser startet zeitgleich zum Kampagnenstart bei Facebook und Instagram mit niedriger Priorität. Nach Ablauf der Kampagne auf Facebook und Instagram wird das offene Restbudget auf das Native Ad gebucht.

Messenger-Dienste

Sponsored Posts auf WhatsApp*, Notify und Telegram³

Allgemeine Zeitung: 500,00, Wiesbadener Kurier: 250,00, Echo Online: 150,00, FuPa: 150,00



Gesamtpreis inkl. Native Ads Landingpage (Beispiel: 1.500,00 entspricht 75.000 garantierten AdImpressions in dieser Kombination). Preise nicht weiter rabattierbar, Preise sind AE-fähig. Individuelle Konzeptionen (beispielsweise Gewinnspiele, Interaktionsaufforderungen etc.) werden individuell kalkuliert.

¹ Native Advertising ist Werbung auf den Nachrichtenportalen der VRM, die sich im Look & Feel den jeweiligen Artikeln anpasst. Es ist die digitale Form des bezahlten PR-Artikels. Das Besondere an Native Advertising ist die authentische Platzierung von werblichem Content im redaktionellen Umfeld von Werbeträgern. Frei von Störeffekten und Unterbrechungen für einen natürlichen Informationsfluss.

² Facebook und Instagram Branded Content sind Artikel innerhalb dieser Netzwerke, die von einem Publisher geteilt werden und in denen ein Werbetreibender erwähnt wird. Bei Branded Content Beiträgen wird zusätzlich zum Publisher auch der Werbetreibende als Quelle des Inhalts deklariert und durch ein „mit“, bzw. „bezahlte Partnerschaft“ verbunden. Zusätzlich wird der Post als „bezahlt“ markiert. Bei Facebook kann der Werbetreibende, nach Publizierung des Artikels durch den Publisher, den bezahlten Beitrag teilen oder bewerben.

³ Der Sponsored Posts auf den Messenger-Diensten WhatsApp, Notify und Telegram wird über ausgewählte VRM Channels publiziert. Auch diese Form des bezahlten Beitrags wird als Anzeige gekennzeichnet. Im Unterschied zum Facebook Branded Content erreichen die Messenger-Dienste weniger Menschen, dafür wird aber jeder Abonnent eines der Messenger-Dienste direkt erreicht.

* WhatsApp: Umstellung auf Pull-Nachricht: Nutzer muss aktiv mit dem Befehl „#news“ den Content anfordern

TIPP: Wie schreibt man einen bezahlten Artikel? Die Überschrift sollte aussagekräftig sein und die Aufmerksamkeit des Users auf sich ziehen. Der Teaser soll dann zum Weiterlesen anregen. Im eigentlichen Artikel sollte nicht zu viel offensichtliche Werbung enthalten sein, eher sollte der Artikel informativ sein und ggf. Aufklärungsarbeit leisten. Selbstverständlich kann das auch in unterhaltsamer Form geschehen. Optische Elemente wie Bilder und / oder Videos der Produkte unterstützen auf ansprechende Art und Weise. Zahlen und Fakten können bspw. in Listenform dargestellt werden.

Die Ansicht der Beispiele entspricht der aktuellen Darstellungsform bei Erstellung des Dokuments.