Technische Angaben

Datenanlieferung und -übermittlung

Print

- **Zeitschriftenformat**: 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4
- **Druckverfahren**: Offsetdruck
- **Datenformate**: Bitte liefern Sie ausschließlich PDF/X-3-Daten.
- **Schriften**: Bitte stellen Sie sicher, dass die Schriften vollständig in das PDF eingebettet sind.
- **Grafiken/Bilder**: Rasterabbildungen sollten eine Auflösung zwischen 250 und 300 dpi haben, Strichabbildungen 600 bis max . 1200 dpi. Bitte verwenden Sie keine feineren Linien als 0,05 mm und keine Raster feiner als 3%.
- **Farben**: Druckfarben (CMYK) nach ISO-Standard 12647-2:2006 DAM 1 . Bitte verwenden Sie als ICC-Profil ausschließlich „ISO Coated v2 (ECI)“.
- Das Profil kann im Paket „ECI_Offset_2009“ kostenfrei unter http://www .eci .org/de/downloads heruntergeladen werden.

- **Gewährleistung**: Wir können nur auf die Druckplatte belichten, was in den Daten vorhanden ist. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben können wir keinerlei Haftung übernehmen. Die Korrektur gelieferter Daten und/oder deren Bearbeitung verursachen zusätzlichen Aufwand, der Ihnen zum Selbstkostenpreis in Rechnung gestellt wird .

- **Datenübermittlung**:
  auftragsmanagement@rudolf-mueller.de (bis 30 MB, alles darüber hinaus über einen Austauschserver)

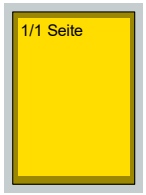
- **Support**:
  auftragsmanagement@rudolf-mueller.de
  Auftragsmanagement
  Telefon: 0221 5497-297

RM Rudolf Müller

Werbeformate

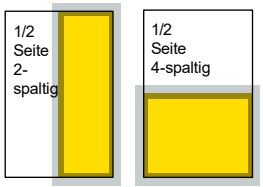
Print

1/1-Seite



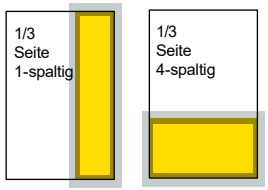
- 188 × 267 mm
- 210 × 297 mm
- 216 × 303 mm

1/2-Seite
hoch (h) oder quer (q)



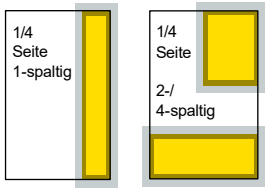
- h: 92 × 267 mm
  q: 188 × 131 mm
- h: 102 × 297 mm
  q: 210 × 146 mm
- h: 108 × 303 mm
  q: 216 × 152 mm

1/3-Seite
hoch (h) oder quer (q)



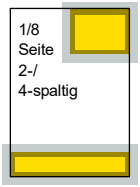
- h: 60 × 267 mm
  q: 188 × 87 mm
- h: 70 × 297 mm
  q: 210 × 102 mm
- h: 76 × 303 mm
  q: 216 × 108 mm

1/4-Seite
1-/2- und 4-spaltig



- 44 × 267/ 92 × 131/
  188 × 63 mm
- 54 × 297/ 102 × 146/
  210 × 78 mm
- 60 × 303/ 108 × 152/
  216 x 84 mm

1/8-Seite
2- und 4-spaltig



- 92 × 63/ 188 × 30 mm
- 102 × 81/ 210 × 45 mm
- 108 × 87/ 216 × 51 mm

Heft-Format: 210 × 297 mm, Anzeigen-Formatangaben: Satzspiegel-Format, Netto-Format,
Anschnitt-Format = Nettoformat zzgl. 3 mm Beschnittzugabe rundum

RM Rudolf Müller

Print-Advertorial

Werbeanzeige in redaktioneller Optik

Werbeanzeige in redaktioneller Optik (Schriftart und -größe sowie Anzahl der Spalten wie redaktioneller Teil)

- Layout und Satz durch Grafikteam
- Firmenanschrift und Logo (optional)
- Keine Paginierung und Kolumne
- Kennzeichnung als Anzeige
- Bilder: jpg im Format 16:9

1/1 Seite 4-farbig

Headline 45 Zeichen inkl. Leerzeichen + Text ca . 2 .700 Zeichen inkl . Leerzeichen + max . 3 Bilder

1/2 Seite 4-farbig

Headline 45 Zeichen inkl. Leerzeichen + Text ca . 1 .600 Zeichen inkl . Leerzeichen + max . 2 Bilder

1/4 Seite 4-farbig (Produkt-Advertorial)

Headline 45 Zeichen inkl. Leerzeichen + Text ca . 700 Zeichen inkl . Leerzeichen + 1 Bild

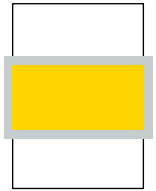


RM Rudolf Müller

Sonderwerbeformate

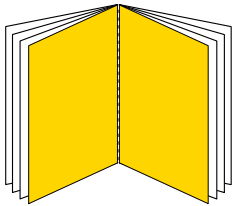
Print

Banderole



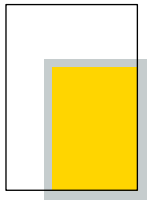
- Höhe: min. 100 mm/ max. 200 mm
- 106 × 206 mm komplett

Bild des Monats



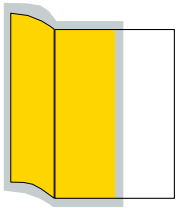
Platzierung auf S. 4 und/oder 5
Datenanlieferung:
1/1 Seite im Hochformat, mind. 3.000 Px. Breite, 300 dpi
2/1 Seite 5.000 bis 6.000 Px. im Querformat, 300 dpi sowie 400 Zeichen Text

Juniorpage



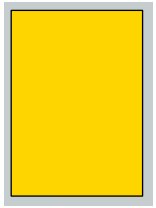
- 140 × 185 mm
- 150 × 200 mm
- 156 × 206 mm

Titelgatefolder



Ausklappbare Titelseite: Werbemöglichkeit auf Innenklappe und der von der Klappe abgedeckten Titelseitenfläche

Titelanzeige



- 210 x 189 mm
- 216 × 189 mm

Heft-Format: 210 × 297 mm, Anzeigen-Formatangaben: Satzspiegel-Format, Netto-Format, Anschnitt-Format = Nettoformat zzgl . 3 mm Beschnittzugabe rundum

RM Rudolf Müller

Beihefter Rückendrahtheftung

Print

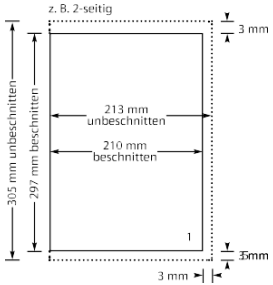
Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist ein verbindliches Muster, notfalls ein Blind- muster mit Größen- und Gewichtsangabe, vorzulegen . Mindestpapiergewicht für 1 Blatt 100 g/m2, mehrseitige Beihefter auf Anfrage .

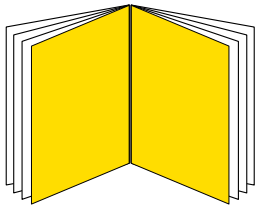
Beihefter müssen so gestaltet werden, dass sie als Werbung erkennbar sind, nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können und dürfen nur für das Verkaufspro- gramm eines Werbungtreibenden werben . Die Platzierung von Beiheftern ist abhängig von den technischen Möglichkeiten. Beihefter, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach vorheriger, vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post angenommen werden .

Formate:

- Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 213 mm breit x 303 mm hoch
- Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 432 mm breit x 303 mm hoch

Beschnittschema für Einhefter zum Ankleben an Bogenanfang/-ende bei Rückendrahtheftung:



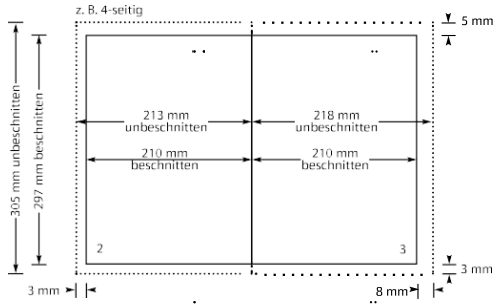


Liefertermin: Bis spätestens 10 Werktage vor Erscheinen der gebuchten Ausgabe

Lieferung: Die Liefermenge und die Lieferadresse finden Sie hier . Bitte vermerken Sie auf Ihrem Lieferschein den Namen des Inserenten, die Liefermenge, die Auftragsnummer sowie den Titel und die Ausgabe der Zeitschrift.

Technische Angaben: Beihefter sind unbeschnitten anzuliefern . Mehrblättrige Beihefter müssen entsprechend gefalzt angeliefert werden . Die Vorderseite des Beihefters ist zu kennzeichnen . In der Art und Ausführung müssen Beihefter so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung nicht erforderlich ist . Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert in Rechnung gestellt . Bei mehr- blättrigen Beiheftern muss der Beihefter zum Bund, also in Einsteckrichtung, geschlossen sein . In allen anderen Fällen muss ein Erschwerniszuschlag berechnet werden .

Beschnittschema für Einhefter Heftmitte bei Rückendrahtheftung:



RM Rudolf Müller

Beihefter Klebebindung

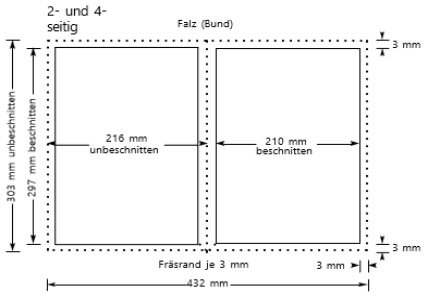
Print

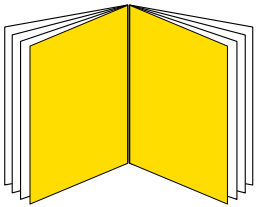
Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist ein verbindliches Muster, notfalls ein Blind- muster mit Größen- und Gewichtsangabe, vorzulegen . Mindestpapiergewicht für 1 Blatt 100 g/m2, mehrseitige Beihefter auf Anfrage .

Beihefter müssen so gestaltet werden, dass sie als Werbung erkennbar sind, nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können und dürfen nur für das Verkaufspro- gramm eines Werbungtreibenden werben . Die Platzierung von Beiheftern ist abhängig von den technischen Möglichkeiten . Beihefter, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach vorheriger, vom Verlag einzuholender Zustim- mung der Post angenommen werden.

Formate:

- Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 216 mm breit x 303 mm hoch
- Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 432 mm breit x 303 mm hoch
- Blatt (= 6 Seiten) unbeschnitten 627 mm breit x 303 mm hoch
- Blatt (= 8 Seiten) Format auf Anfrage

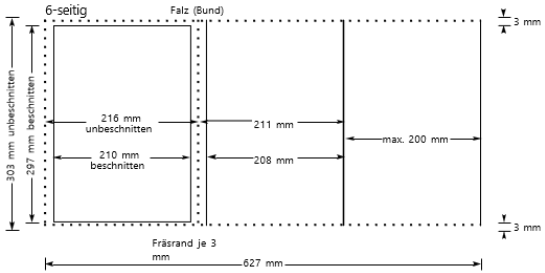




Anlieferungstermin: Bis spätestens 10 Werktage vor Erscheinen der betreffenden Ausgabe.

Lieferung: Die Liefermenge und die Lieferadresse finden Sie hier . Bitte vermerken Sie auf Ihrem Lieferschein unbedingt den Namen des Inserenten, die gelieferte Auflage, ggf . die Auftragsnummer, sowie den Namen der Zeitschrift und die Ausgabenummer, in der Ihr Beihefter erscheinen soll .

Technische Angaben: Beihefter sind unbeschnitten anzuliefern . Mehrblättrige Beihefter müssen entsprechend gefalzt angeliefert werden . Die Vorderseite des Beihefters ist zu kennzeichnen . In der Art und Ausführung müssen Beihefter so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung nicht erforderlich ist . Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert in Rechnung gestellt. Bei mehr- blättrigen Beiheftern muss der Beihefter zum Bund, also in Einsteckrichtung, geschlossen sein . In allen anderen Fällen muss ein Erschwerniszuschlag berechnet werden.



RM Rudolf Müller

Beilagen und aufgeklebte Werbemittel

Print

Beilagen: Bedingung für die Auftragsannahme und -bestätigung durch den Verlag ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, mit Größen- und Gewichtsangabe. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen so gestaltet sein, dass sie mit dem Textteil der Zeitschrift nicht verwechselt werden können .Die Platzierung erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.

Anlieferungstermin: Bis spätestens 10 Werktage vor Erscheinen der betreffenden Ausgabe.

Format: Druckerzeugnisse: lose eingelegt, max. 200 mm x 290 mm. Elektronische Datenträger (z.B.CD-ROM) und sonstige Gegenstände (z.B.Warenmuster): lose eingelegt, max. 30 mm Höhe

Technische Angaben: Beilagen werden lose eingelegt. Sie müssen aus einem Stück bestehen und so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Verarbeitung entfällt. Erschwernisse bei der Verarbeitung, besonders zu stark verschränkten Produkten (min.30 Expl.pro Lage im Paket) und zusätzliche Arbeiten (z.B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden. Sofern die Beilage aus mehreren Blättern besteht, muss sie zum Bund, also in Einsteckrichtung, geschlossen sein.

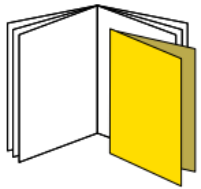
Aufgeklebte Werbemittel: Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebtem Werbemittel (Standmuster), notfalls eines Blindmusters, erforderlich. Elektronische Datenträger und sonstige Gegenstände können nur gegen Vorlage eines verbindlichen Musters angenommen werden

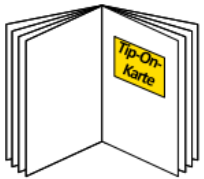
.**Anlieferungstermin**: Bis spätestens 10 Werktage vor Erscheinen der betreffenden Ausgabe.

Lieferung: Die Liefermenge und die Lieferadresse finden Sie hier. Bitte vermerken Sie auf Ihrem Lieferschein unbedingt den Namen des Inserenten, die gelieferte Auflage, ggf. die Auftragsnummer, sowie den Namen der Zeitschrift und die Ausgabenummer, in der Ihr Werbemittel erscheinen soll.

Format: Für aufgeklebte Postkarten gelten die Vorschriften der Deutschen Post AG. Aufgeklebte Warenmuster auf Anfrage, max.30 mm Höhe.

Technische Angaben: Bei aufgeklebten Werbemitteln müssen die Klebekanten in Bundrichtung liegen; mindestens 1 mm vom Bund heraus und maximal 48 mm vom geschlossenen Bund in die Seite hinein (siehe Skizze). Eine Haftung für Standabweichungen kann bis zu einer Toleranzgrenze von 3 Millimetern in alle Richtungen von den Ausgangspunkten aus nicht übernommen werden.





RM Rudolf Müller

Datenanlieferung und -übermittlung

Digital

Angaben zur Zuordnung der Werbemittel:

- Kundenname
- Kampagnenname
- Kundennummer
- Buchungszeitraum
- Platzierung auf der Site und Volumen
- Werbeformat

Anlieferungstermine:

Display-Formate, Social Ad sowie Jobvertorial: 10 Werktage vor Auslieferung
Native Advertising + Stand-Alone-Newsletter: 15 Werktage vor Auslieferung/Versandtermin Newsletter: 5 Werktage vor Versand

Die Mediengruppe Rudolf Müller behält sich vor, jedes Motiv in einer Einzelfallentscheidung freizugeben . Werbemittel, die zu starke Reaktanzen hervorrufen oder die Nutzung der Seiten zu stark beeinträchtigen, können abgelehnt werden .

Richtlinien zum Ladeprozess:

- Branchenüblich können alle Werbemittel 3 Zeitpunkte zum Laden von Dateien für sich nutzen: „Initial Load“, „Subload“, „User Initiated Load“ .
- Zu jedem einzelnen Zeitpunkt kann das Werbemittel eine limitierte Datenmenge laden . Diese Limits richten sich nach dem auszuliefernden Format, großflächige Formate besitzen höhere Grenzen .

Diese Limitierungen dienen dazu, dem Benutzer so schnell wie möglich einen ersten, sichtbaren Anteil des Werbemittels zu übertragen . „Schwere“ Bilder, Videos und interaktive Elemente werden erst dann geladen, wenn die Webseite vollständig dem Benutzer zur Verfügung steht.

te Darstellung und Funktionalität notwendigen Technologien im aufrufenden Browser zur Verfügung stehen. Andernfalls darf keine Auslieferung erfolgen. Keinesfalls darf der User Sicherheitswarnungen erhalten oder zur Installation von Plugins aufgefordert werden .

Allgemeiner Hinweis: Bitte lassen sie uns alle Werbemittel Redirects mit geeigneten Platzhaltern zur GDPR/DSGVO Makroübergabe zukommen . Wir gehen davon aus, dass alle notwendigen Informationen im Rahmen von GDPR (General Data Protection Regulation) bzw . DSGVO (Datenschutzgrundverordnung) korrekt übergeben und verarbeitet werden. Falls nicht geben sie uns bitte umgehend Bescheid .

Bei Nichteinhalten der GDPR/DSGVO Auflagen behalten wir uns vor, Ihre Kampagne zu stoppen.

Das benötigen wir von Ihnen (bei Dateianlieferung): Datei & Ziel-URL

Das benötigen wir von Ihnen (bei Redirect-Anlieferung):

- Vermeidung von Caching (Timestamp) & 3rd-Party-Klicktracking
- Javascript-Redirect
- Kompatibilitätsinformation (Browser, Betriebssystem)
- Informationen zu Aufrufparametern/-variablen für: Vermeidung von Caching (Timestamp) & 3rd-Party-Klicktracking

- **Datenübermittlung**:
  auftragsmanagement@rudolf-mueller.de (bis 30 MB, alles darüber hinaus über einen Austauschserver)

- Support:
  auftragsmanagement@rudolf-mueller.de
  Auftragsmanagement
  Telefon: 0221 5497-297

RM Rudolf Müller

HTML5-Werbemittel

Digital

HTML5-Werbemittel bestehen aus mehreren Bestandteilen (HTML, CSS, Javascript, Bil- dern, Videos), welche uns entweder in Form eines ZIP-Archivs oder eines Redirects zur Verfügung gestellt werden können .

Dabei gelten die folgenden Anforderungen:

Die Werbemittel können per JavaScript oder iFrame ausgespielt werden, dabei sollte die komplette Werbemittelfläche klickbar sein . Voraussetzung für die Ausspielung als Script ist die entsprechende Kapselung des Codes, um Nebeneffekte zu vermeiden .

Bei Sonderformaten wie Wallpaper oder Fireplace wird je Werbemittelelement ein eigenes ZIP-Archiv bzw . ein eigener Redirect benötigt (bspw . besteht ein Fireplace aus 3 Bannerelementen -> es sind 3 separate ZIP-Archive/Redirects erforderlich) .

Bei via ZIP-Archiv angelieferten Werbemitteln sind im Archiv alle Objekte des Werbe- mittels oder des Bannerelements, ausgenommen extern geladene Libraries, Videos oder Fonts enthalten . Startpunkt ist eine „index .html“ benannte Datei . Alle im ZIP- Archiv enthaltenen Elemente müssen relativ verlinkt sein .

Unterstützte Bildformate sind GIF, JPG, PNG und SVG - letztere können ausschließlich als externe Datei, ohne <svg> Tags inline im HTML, verarbeitet werden.

Im Code muss die Stelle, an der die Ziel-URL übergeben wird, leicht aufzufinden sein, idealerweise über eine Javascript Variable mit dem Namen „clickTag“. Die „Messwert-ID“ sollte „clickurl“ heißen (bei mehreren entsprechend clickurl1/2 u .s .w .) und die URL kann, sofern die endgültige URL noch nicht feststeht, eine temporäre Dummy-URL sein.

Wenn ein HTML5-Werbemittel sich responsiv verhalten soll, muss es selbst inhärent responsiv aufgebaut sein, d .h . es muss im Werbemittel selbst neben dem passenden Seitenverhältnis (bspw . aspect-ratio: 728/90 bei Superbannern) auch die passende maximale Breite (bspw . max-width: 728px bei Superbannern) definiert werden.

Damit der Aufbau der Webseite und des Werbemittels nicht unnötig verzögert wird, ist bei deren Kreation zu beachten, dass die einzelnen Elemente des HTML5 Werbemittels sowohl hinsichtlich ihrer Anzahl als auch Dateigröße so klein wie möglich gehalten wer- den, um die Serverprozesse/Anfragen (Serverrequests) zu minimieren . Idealerweise soll- ten sich HTML-Code, JavaScript und CSS in einem Dokument befinden . Ausnahme: Scrip- te und Styles ohne Datei-Referenzen können sich in einzelnen Dateien befinden .

Maximalgrößen je HTML5-Werbmittel (bei Sonderformaten je Element):

- max . 200 KB für das entpackte ZIP-Archiv bzw . den Redirect
- max . 2 MB nachgeladen (als Polite Download bzw . Subload)

Die durch das HTML5-Werbemittel verursachte CPU-Last sollte bei einem aktuell konfigu- rierten Standard-Desktop-PC 10% nicht überschreiten .

Wenn Sie Ihre HTML5-Creatives mit Google Web Designer erstellen, wählen Sie als Umgebung „DoubleClick“ aus . Die damit erstellten Creatives müssen, statt der zuvor beschriebenen Click Tag -Variablen, Klickfläche(n) mit Exit-Events enthalten, wie hier beschrieben: https://support .google .com/richmedia/answer/6073073?hl=de

RM Rudolf Müller

Display Formate

Digital



Super Banner

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: oben oder unten
- Dateiformate: gif, jpg, png, html5
- Größe: 728 x 90 Pixel;
- Datenvolumen: max . 200 KB, max . 2 MB nachgeladen



XXL Super Banner

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: oben oder unten
- Dateiformate: gif, jpg, png, html5
- Größe: Seitenbreite (1280 oder 1340) x 180 Pixel;
- Datenvolumen: max . 200 KB, max . 2 MB nachgeladen



Skyscraper

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: links oder rechts
- Dateiformate: gif, jpg, png, html5
- Größe: 120 x 600 Pixel;
- Datenvolumen: max . 200 KB, max . 2 MB nachgeladen

Das Format wird nicht mobil ausgespielt.



Wide Skyscraper

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: links oder rechts
- Dateiformate: gif, jpg, png, html5
- Größe: 160 x 600 Pixel;
- Datenvolumen: max . 200 KB, max . 2 MB nachgeladen

Das Format wird nicht mobil ausgespielt.

RM Rudolf Müller

Display Formate

Digital



Content Ad

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: Startseite/Rubrikseiten
- Dateiformate: gif, jpg, png, html5
- Größe: 300 x 250 Pixel;
- Datenvolumen: max . 200 KB, max . 2 MB nachgeladen



Social Ad

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung zusätzlich im Related Content der Fachartikel
- URL des öffentlichen Social-Media-Beitrags (Video-, Karussell- oder Foto-Beitrag von LinkedIn, Facebook oder Instagram) ohne Restriktionen (Zielgruppe/Region/etc.)
- URL der Zielseite



Billboard

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: Startseite/Rubrikseiten, unterhalb der Menüleiste, zentriert
- Dateiformate: gif, jpg, png, html5
- Größe: 970 x 250 Pixel;
- Datenvolumen: max . 200 KB, max . 2 MB nachgeladen

RM Rudolf Müller

Display Formate

Digital



Banderole Ad

Abmessungen und Darstellung: Aufmerksamkeitsstarke Werbeform . Sie erscheint zen- tral über dem Inhalt der Seite. Nach einigen Sekunden reduziert sich das Werbemittel auf einen Reminder-Button 21 × 250 px am rechten Bildschirmrand, wo es jederzeit per Mouseoverfunktion wieder expandieren kann . Beim Betätigen der Scroll-Leiste wandert der Reminder mit . Interaktion Alle Bereiche, die auf eine User-Aktion reagieren, müssen sichtbar sein; dabei müssen Elemente, wie z . B . Pulldownmenüs oder Eingabefelder, der überlagerten Seite im transparenten Bereich des Layers benutzbar bleiben . Die Zielseite des Werbemittels muss in einem neuen Fenster geöffnet werden . Darstellung (HTML5 Automatisches Schließen nach maximal 10 Sekunden . Klar erkennbare Schaltfläche zum manuellen Schließen (die Größe muss mind . 25 × 25 Pixel betragen), angebracht in der rechten oberen Ecke . Layer müssen über entsprechende Konfigurationsparameter positionierbar sein .

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: zentral über dem Inhalt der Seite
- Dateiformate: html5
- Größe: 770 × 250 Pixel
- Datenvolumen: max . 200 KB, max . 2 MB nachgeladen

RM Rudolf Müller

Display Formate

Digital



Fireplace

Der Fireplace setzt sich aus folgenden Werbemitteln zusammen: Head Banner + Skyscraper 1 + Scyscraper 2 .
Bei Redirects dürfen keine Styles mit übertragen werden, die das Werbemittel positionieren

Platzierung, Format, Größe:
Platzierung: Sky links, Sky rechts, Head Banner
Dateiformate: gif, jpg, png, html5
Größe: 120 x 600 Pixel – 120 x 600 Pixel – 1 .520 x 180 Pixel;
Datenvolumen: max . 200 KB, max . 2 MB nachgeladen

Das Format wird nicht mobil ausgespielt .



Takeover Ad

Das Takeover Ad setzt sich aus folgenden Werbemitteln zusammen: Head Banner + Skyscraper 1 + Skyscraper 2 + Billboard .
Bei Redirects dürfen keine Styles mit übertragen werden, die das Werbemittel positionieren .

Platzierung, Format, Größe:
Platzierung:
Dateiformate: gif, jpg, png, html5
Größe: 120 x 600 Pixel – 120 x 600 Pixel – 1 .520 x 90 Pixel – 970 x 250 Pixel;
Datenvolumen: max . 200 KB, max . 2 MB nachgeladen

Von diesem Format wird lediglich das Billboard mobil ausgespielt .

Display Formate

Digital - Datenanlieferung Format, Größe:



Newsletter-Anzeige

- Überschrift: 45 Zeichen inkl . Leerzeichen
- Text: 300 Zeichen Leerzeichen
- Dateiformate: docx, txt
- Bildformate: jpg
- Bild mind . 72 dpi in Abbildungsgröße, Format 16:9
- Bildunterschrift
- Link zur gewünschten Landingpage



Banner

- Dateiformate: gif, jpg
- Größe: ca . 598 x 80 Pixel
- Datenvolumen bis 100 KB



Stand-Alone-Newsletter

- Überschrift: max . 45 Zeichen inkl .
- Leerzeichen
- Einführungstext: max . 400 Zeichen inkl . Leerzeichen
- Bis zu vier Meldungen
- Bild: jpg, mind 72 dpi, Bildformat 16:9
- Bildunterschrift

Newsletter Formate

Digital - Datenanlieferung



Leaderboard

- Format, Größe: 620x90 Pixel
- Platzierung unter Editoral
- Für alle bereitgestellten Anzeigen ist sowohl die Creative- als auch die Click- through-URL erforderlich .
- Bildformat .jpg, .gif, .png
- Statische .gif Dateien werden gegen- über animierten Dateien empfohlen, da Outlook keine Bilder animiert . E-Mail- Clients, die keine Animation unterstüt- zen, zeigen nur den ersten Frame des Bildes an, stellen Sie also sicher, dass der erste Frame die gewünschte Schlüs- selbotschaft enthält .
- Maximale Animationslänge von 15 Sekunden .
- Kann nicht von Drittanbietern bereitge- stellt werden, jedoch per Klick verfolgt werden .



Content Ad

- 300x250 Pixel
- Datenvolumen bis 100 KB
- Platzierung zwischen den Textanzeigen, linksbündig

RM Rudolf Müller

Native Advertising

Digital - Platzierung, Format, Größe



Online Advertorial

Abmessungen und Darstellung: Ihre Werbebotschaft im Look & Feel eines redaktionellen Beitrages auf der Website. Ein Teasertext auf eine Landingpage mit Startseite oder gewünschter Rubrikseite (gekennzeichnet als Sponsored) verlinkt auf Ihren Werbetext .

Bestandteil 1

- Platzierung: Startseite/Rubrik
- Headline: bis zu 45 Zeichen inkl. Leerzeichen
- Teasertext: bis zu 145 Zeichen inkl. Leerzeichen, 1 Abb. Format 16:9, 72 dpi, RGB

Bestandteil 2

- Langtext auf Landingpage mit einer empfohlenen Zeichenanzahl von 2 .500 bis 3 .000 inkl. Leerzeichen
- Bildformate: jpg, 16:9, nur Querformat, max. 5 Bilder, RGB

Teaser-Laufzeit 4 Wochen, Landingpage 1 Jahr auffindbar .

Online Advertorial Plus

Abmessungen und Darstellung wie im Online Advertorial

Bestandteil 1 und 2 wie im Online Advertorial

- **Bestandteil 3**
  Newsletter, hierfür benötigen wir keine weiteren Daten, es wird der Teasertext des Advertorials platziert.

Teaser-Laufzeit 4 Wochen, Landingpage 1 Jahr auffindbar .

RM Rudolf Müller

Podcast

Digital

Der Podcast: FeuerTrutz on Air , Handel im Oh oder der immobilienmanager Podcast

In den zwei- bzw. vierwöchentlich erscheinenden Podcasts der RM Rudolf Müller Medien werden aktuelle berufliche Herausforderungen des Brandschutzes, Baustoffhandels bzw. der Immobilienwirtschaft diskutiert und gemeinsam mit ausgewählten Gästen Antworten auf die drängenden Fragen der jeweiligen Branche gefunden.

Audience: Entscheider*innen und Multiplikator*innen der Bauwirtschaft – sei es aus dem Bereich Planung, Ausführung, Handwerk, Handel, Immobilienwirtschaft oder den genehmigenden oder normengebenden Behörden .

Dauer: 20–40 Minuten je Folge

Termine: 14-tägig

Verbreitung: über die gängigen Podcast-Verzeichnisse (Apple, Spotify, Google, Youtube, Deezer etc.). Vermarktung über die RM-Medien .

Logo: mind . 300dpi, als PNG- oder eps-Datei, freigestellt . Mid-Roll Spot: Werbebotschaft (max . 280 Zeichen inkl . Leerzeichen). Darauf basierend werden zwei Spots durch die Hosts produziert .

Social Media Post: Links zur Facebook-, Instagram- sowie LinkedIn-Unternehmensseite des Sponsors.

Anlieferung: 10 Werktage vor Veröffentlichung



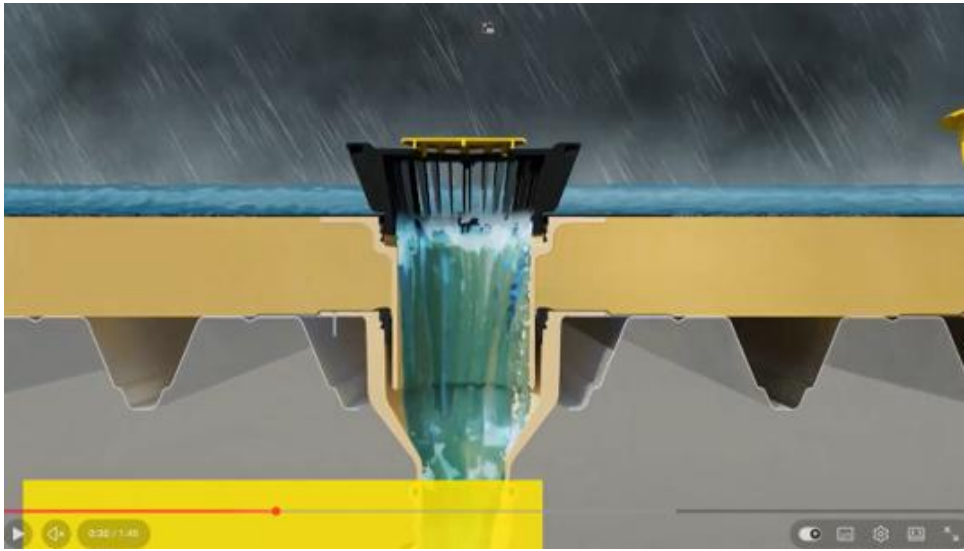
Videos

Digital

Abmessungen und Darstellung: Ihre Werbe- oder Imagevideo eingebettet im Look & Feel eines redaktionellen Beitrages auf der Website . Ein Teasertext auf einer Landingpage auf gewünschter Rubrikseite (gekennzeichnet als Anzeige).

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: LandingPage in Rubrik
- Headline: bis zu 45 Zeichen inkl . Leerzeichen
- Teasertext: bis zu 150 Zeichen inkl . Leerzeichen
- Video wird im Format 16:9 ausgespielt, eingebettet im Artikel, anzuliefern als YouTube- oder Vimeo-URL



RM Rudolf Müller