

Image-Anzeigen

Sprechen Sie Ihre Zielgruppe durch klassische Personal-Image-Werbung, z.B. Employer-Branding-, Talent-Marketing-, Trainee-, Direkteinstiegs-, spezielle Programm- und Event-Anzeigen an. Werben Sie als Bildungsanbieter, z.B. für Ihre Masterstudiengänge und Seminarprogramme.



Advertorials

Neben klassischen Personal-Image-Anzeigen bieten wir Kunden auch die Integration von Advertorials an.

Was ist ein Advertorial?

Die redaktionelle Aufmachung einer Werbeanzeige.

Begriffserklärung: Kunstwort bestehend aus **Advertisement** und **Editorial**.

Recht: Nach deutschem Presserecht und nach dem Pressekodex müssen redaktionelle Inhalte und Werbung klar von einander getrennt sein. Wichtig ist daher, dass über dem Advertorial das Wort „**Anzeige**“ steht. Ein Advertorial ohne diese Kennzeichnung wird vom **karrierefürer** abgelehnt.



Gestaltung und Aufbau eines Advertorials

IMMER EINEN BLICK FÜRS NEUE

Senior Consultant Katharina Rach über die Zukunft der IT bei TSB, ihren Job und das Thema Führungsverantwortung

1. Ein Bild – was bedeutet das für Sie?

Ich bin Katharina Rach, Senior Consultant bei TSB. Ich arbeite in der IT und bin für die Zukunft der IT bei TSB verantwortlich. Ich bin eine Frau, die sich für die Zukunft der IT interessiert und die Verantwortung für die Zukunft der IT übernimmt.

2. Was ist Ihre Aufgabe?

Meine Aufgabe ist es, die IT bei TSB zu unterstützen und die Verantwortung für die Zukunft der IT zu übernehmen. Ich arbeite in der IT und bin für die Zukunft der IT bei TSB verantwortlich.

3. Was ist Ihre Vision?

Ich möchte die IT bei TSB unterstützen und die Verantwortung für die Zukunft der IT zu übernehmen. Ich arbeite in der IT und bin für die Zukunft der IT bei TSB verantwortlich.

4. Was ist Ihre Motivation?

Ich möchte die IT bei TSB unterstützen und die Verantwortung für die Zukunft der IT zu übernehmen. Ich arbeite in der IT und bin für die Zukunft der IT bei TSB verantwortlich.

Je höher, desto besser

ENERCON

Was macht eigentlich eine Roboterentwicklerin, Frau Rademacher?

Je höher, desto besser

ENERCON

ENERCON ENERGIE FÜR DIE WEIT

Wenn Sie das Advertorial selbst anfertigen:

- Letztlich sind Sie frei in Ihrer Gestaltung. Es gelten die technischen Daten für die Druckunterlagenanlieferung wie bei klassischen Personal-Image-Anzeigen. Das Datenanforderungsprofil finden Sie hier: www.karrierefuehrer.de/mediadaten/2020/mediadaten-karrierefuehrer-datenanforderungsprofil-2020.pdf
- Empfehlung: 2.500 Zeichen inkl. Leerzeichen plus kleineres Bild und Logo würden optisch gut passen.
- Rechtliches: Wichtig ist, dass die Druckunterlage mit dem Wort „Advertorial“ oder „Anzeige“ versehen wird.
- Schriftart und Schriftgrößen der karrierefuehrer-Publikationen: die Headline variiert je nach Menge und vorgesehenem Platz zwischen 20 Pt und 60 Pt, der Fließtext hat eine Größe von 9,3 Pt und für die Marginalie verwenden wir 11 Pt – jeweils primär in der Schrift »The Sans Semi Light«.

Wenn unser Satzstudio das Advertorial für Sie anfertigt:

- Selbstverständlich bieten wir Ihnen an, das Advertorial durch unser Satzstudio bzw. unsere Druckvorstufe zu Selbstkosten erstellen zu lassen – diese liegen je nach Vorarbeit zwischen 50,- Euro und 150,- Euro bzw. werden nach Aufwand berechnet. Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.
- Ablauf: Sie senden uns in einer E-Mail die zu verwendenden Bestandteile wie Logo, Bild/Bilder, Text.
- Wir gestalten daraus eine Druckunterlage, die mit dem Wort „Anzeige“ versehen wird.
- Wir senden Ihnen die Druckunterlage als Korrektur-PDF mit der Bitte um Korrektur bzw. Druckfreigabe zu.
- Das Advertorial wird von uns im Heftinhalt platziert.
- Die Veröffentlichung erfolgt in der Printversion, in der App und im E-Paper.

Haben Sie Fragen zu Advertorials? Wir sind gerne für Sie da und beraten Sie unter 0221/4722-300.

Sonderwerbeformen:
 Aufkleber? Titelseiten-Klappen?
 Lesezeichen? Banderolen?
 Fragen Sie nach unseren Sonderwerbeformen. Wir unterbreiten Ihnen gerne individuelle Angebote.