

# TARIFE 2012

## ONLINE/MOBILE

Gültig ab 2. Januar 2012



Tarife 2012 / 1

**BZ** BERNER ZEITUNG

[bernerzeitung.ch](http://bernerzeitung.ch)

**TT** THUNER TAGBLATT

[thunertagblatt.ch](http://thunertagblatt.ch)

**BO** BERNER OBERLÄNDER

[berneroberlaender.ch](http://berneroberlaender.ch)

**Der Bund**

[derbund.ch](http://derbund.ch)

[online.espacemultimedia.ch](http://online.espacemultimedia.ch)

---

## INHALT

Editorial	3
Mediendaten Online: Zielgruppen	4
Mediendaten Online: Nutzerdaten	5
Online- und Mobile-Werbung	6
Rectangle	7
Maxiboard/Leaderboard	7
Sticky Maxi-Skyscraper	8
Wallpaper	8
Billboard	9
Halfpage-Ad	9
Brandweek	10
Expandable Rectangle	11
Expandable Maxi-/Leaderboard	11
Expandable Maxi-Skyscraper	11
Expandable Wallpaper	12
Expandable TV-Ad	12
Prestitial/Interstitial	13
Layer-Ad	13
Publireportage	14
Mobile-Werbung	15
Video-Ads	17
Zuschlag Streaming-Werbemittel	17
Crossmedia	18
Standard Crossmedia-Angebot: Print, Online, Mobile	19
Spezifikationen	20
ClickTAG-Implementierung	21
Team/Kontakt	22

---

## EDITORIAL



Schnelle und aktuelle Berichterstattung sind unsere Stärke. Auf [bernerzeitung.ch](http://bernerzeitung.ch) und [derbund.ch](http://derbund.ch) können Sie jederzeit und überall die neuesten Informationen abrufen. Ob regionale, nationale oder internationale News – mit uns sind Sie immer bestens informiert.

Nutzen Sie dafür unsere Online-Portale, die Mobile-Versionen oder unsere Applikationen für iPhone und iPad mit Push-Nachrichten-Funktion.

Profitieren Sie von unserem vielfältigen Werbeangebot: Treffen Sie Ihre Kunden dort, wo diese aktiv und besonders aufmerksam sind: am PC, bei der Smartphone-Nutzung und beim Surfen mit dem Tablet. Dank dem gemeinsamen Auftritt von [bernerzeitung.ch](http://bernerzeitung.ch) und [derbund.ch](http://derbund.ch) im Werbemarkt (Newsnet Bern) erreichen Sie mit Ihrer Online-Kampagne rund 300 000 Personen im Kanton Bern.

Michael Hadorn  
Leiter Online Medien

---

### Miniglossar

**Unique User**

Anzahl Personen, die eine Website oder Belegungseinheit in einem bestimmten Zeitraum nutzen.

**Unique Client**

Anzahl Computer, von denen auf eine Website zugegriffen wird.

**Visits**

Anzahl Besuche auf einer Website. Kehrt ein User nach mehr als 30 Minuten auf eine Website zurück, zählt dieser als neuer Visit.

**Page Impressions (Einblendungen)**

Anzahl Sichtkontakte beliebiger Internetnutzer einer Website.

**TKP**

Tausend-Kontakt-Preis.

**Run of Site / TKP**

Belegung eines Werbemittels auf einer einzelnen Webseite ohne Auswahl einzelner Rubriken.

**Werbedruck (Share-of-Voice)**

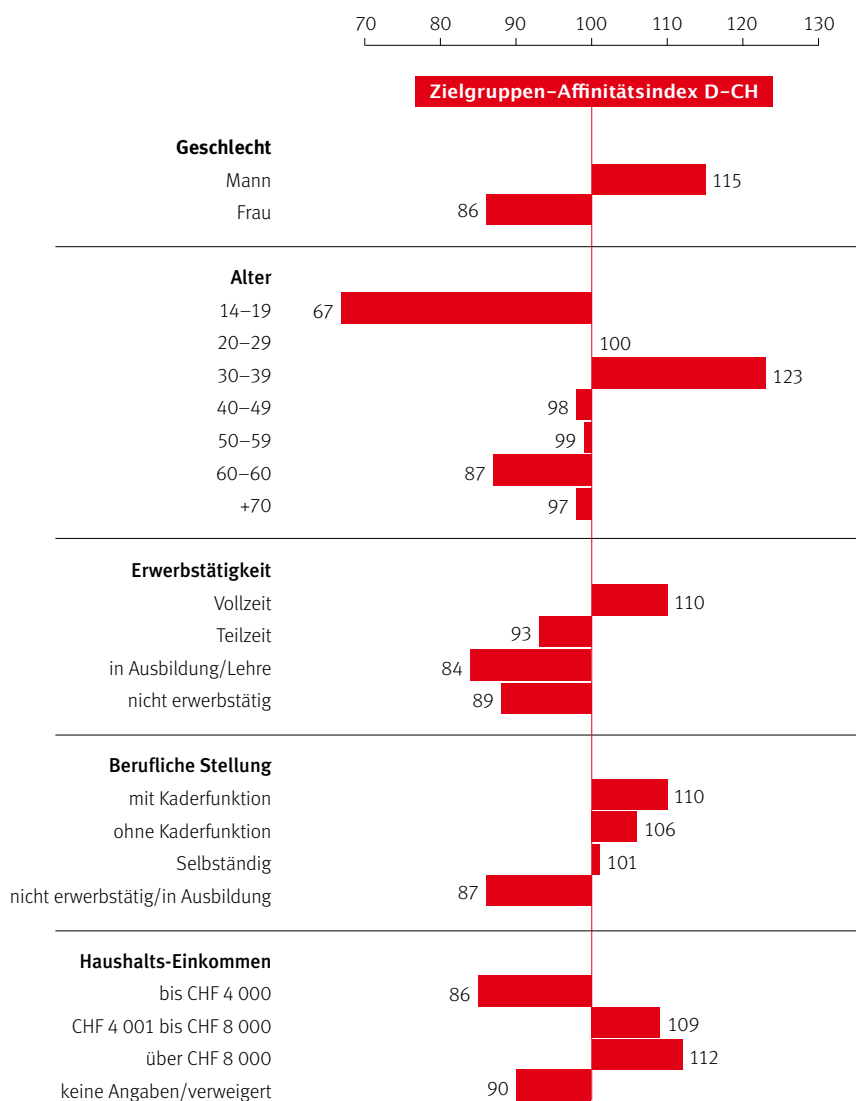
Anteil der Werbekontakte zu der Gesamtheit aller Werbekontakte in einem Channel.

## MEDIENDATEN ONLINE: ZIELGRUPPEN

### NEWSNET BERN: BERNERZEITUNG.CH UND DERBUND.CH

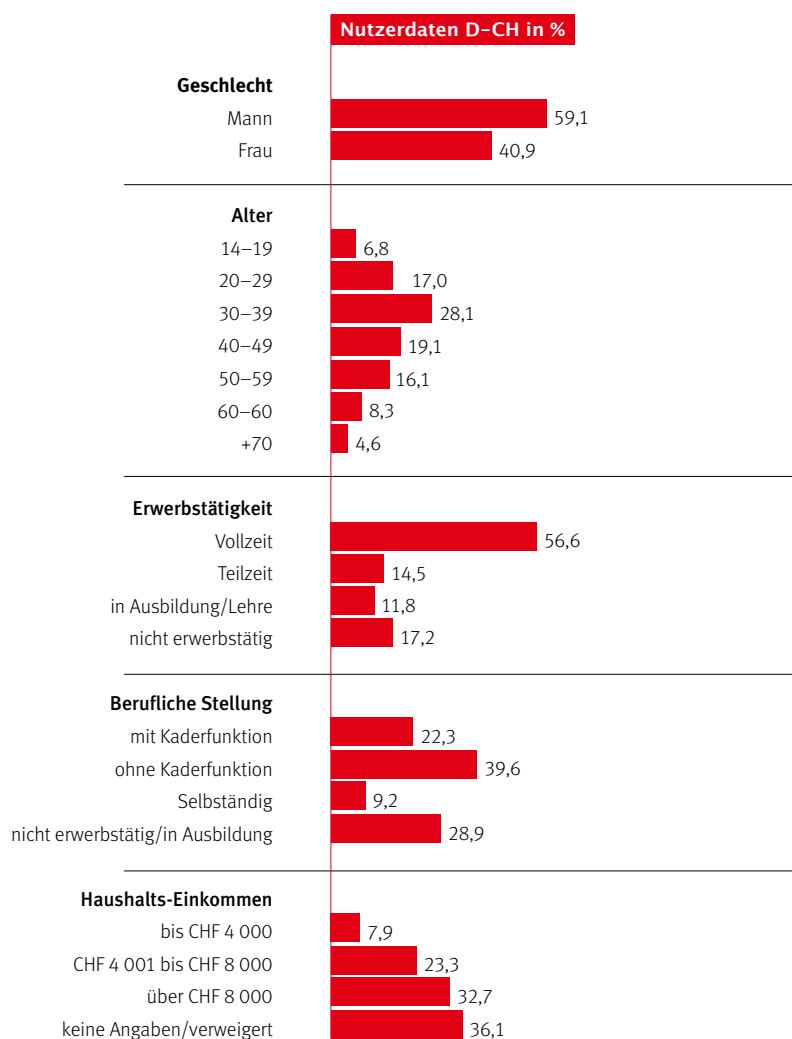
Unique User/Monat: 293 000

Reichweite Deutschschweiz: 7,8%



## MEDIENDATEN ONLINE: NUTZERDATEN

### NEWSNET BERN: BERNERZEITUNG.CH UND DERBUND.CH



## ONLINE- UND MOBILE-WERBUNG

### Vorteile Online- und Mobile-Werbung

Profitieren Sie von den vielfältigen Vorteilen Ihrer Werbung in unseren Online und Mobile Medien:

- multimediale Darstellung Ihrer Botschaft (Text, Bild, Ton und Video)
- interaktive Gestaltungsmöglichkeiten der Werbemittel
- zielgruppengerechte Platzierung der Werbemittel
- genaue Messbarkeit des Erfolgs Ihrer Werbung

Mobile Präsenz: Sprechen Sie unsere Nutzer auch an, wenn diese unterwegs sind. Auf dem Handy, iPhone und iPad. So begleiten Sie unsere Nutzer überall und jederzeit!

Setzen Sie Ihr Werbebudget effizient ein. Nutzen Sie unsere Werbemöglichkeiten auf den Webseiten im Internet und auf allen mobilen Geräten. So bleiben Sie in Kontakt mit Ihren Kunden, wo auch immer diese sich informieren.

### Ihre Buchung auf Newsnet Bern

Eine Buchung auf Newsnet Bern läuft jeweils auf allen unseren News-Portalen [bernerzeitung.ch](http://bernerzeitung.ch), [thunertagblatt.ch](http://thunertagblatt.ch), [berneroberlaender.ch](http://berneroberlaender.ch) und [derbund.ch](http://derbund.ch).

Newsnet Bern gehört zum nationalen Gesamtverbund Newsnet, welcher sieben unabhängige Newsportale der Deutsch- und Westschweiz vereint. Newsnet wird durch ein zentrales Verlagsteam national vermarktet. Die gleichen Werbemöglichkeiten bieten wir Ihnen aber auch regional auf Newsnet Bern an.

### Werbemöglichkeiten für regionale Kunden

#### ROS-Buchung (Run of Site)

Bei Run of Site wird Ihr Werbemittel zufällig auf unseren News-Portalen verteilt angezeigt. Die Kosten berechnen sich anhand der gewünschten Anzahl AdImpressions auf Basis eines TKP (Tausend-Kontakt-Preis).

#### Channel-Buchung mit 25% Werbedruck

Bei einer Channel-Buchung erscheint Ihr Werbemittel während einer Woche im gewählten Channel. Regional kann jeder Channel mit einem Werbedruck von mindestens 25% belegt werden (je nach Verfügbarkeit auch mehr möglich).



## RECTANGLE

25% Werbedruck

Channel	Ais pro Woche/Channel	Ais	CHF/Woche
Front	545 000	136 250	3 200
Region	388 000	97 000	3 300
Schweiz	83 000	20 750	700
Ausland	62 000	15 500	400
Wirtschaft	55 000	13 750	600
Sport	160 000	40 000	1 100
Kultur	42 000	10 500	400
Panorama	57 000	14 250	500
Wissen	12 000	3 000	100
Leben	25 000	6 250	300
Digital	27 000	6 750	300
Auto	6 000	1 500	100
Wetter	13 000	3 250	100
Mamablog	8 000	2 000	200
Sweet Home	3 000	750	100
Outdoorblog	3 000	750	100
			TKP
Run of Site			35

### Werbemittel-Spezifikationen

- 300 × 250 Pixel / max. 70 KB
- Flash / GIF / JPEG / HTML



## MAXIBOARD / LEADERBOARD

25% Werbedruck

Channel	Ais pro Woche/Channel	Ais	CHF/Woche
Front	545 000	136 250	3 200
Region	388 000	97 000	3 300
Schweiz	83 000	20 750	700
Ausland	62 000	15 500	400
Wirtschaft	55 000	13 750	600
Sport	160 000	40 000	1 100
Kultur	42 000	10 500	400
Panorama	57 000	14 250	500
Wissen	12 000	3 000	100
Leben	25 000	6 250	300
Digital	27 000	6 750	300
Auto	6 000	1 500	100
Wetter	13 000	3 250	100
Mamablog	8 000	2 000	200
Sweet Home	3 000	750	100
Outdoorblog	3 000	750	100
			TKP
Run of Site			35

### Werbemittel-Spezifikationen

- 994 × 118 Pixel / 728 × 90 Pixel / max. 70 KB
- Flash / GIF / JPEG / HTML



## STICKY MAXI-SKYSCRAPER

25% Werbedruck

Channel	Ais pro Woche/Channel	Ais	CHF/Woche
Front	545 000	136 250	3 500
Region	388 000	97 000	3 600
Schweiz	83 000	20 750	800
Ausland	62 000	15 500	500
Wirtschaft	55 000	13 750	700
Sport	160 000	40 000	1 300
Kultur	42 000	10 500	400
Panorama	57 000	14 250	500
Wissen	12 000	3 000	100
Leben	25 000	6 250	300
Digital	27 000	6 750	300
Auto	6 000	1 500	100
Wetter	13 000	3 250	100
Mamablog	8 000	2 000	200
Sweet Home	3 000	750	100
Outdoorblog	3 000	750	100
			TKP
Run of Site			40



### Werbemittel-Spezifikationen

- 245 x 600 Pixel / 160 x 600 Pixel / max. 70 KB
- Flash / GIF / JPEG / HTML

## WALLPAPER

25% Werbedruck

Channel	Ais pro Woche/Channel	Ais	CHF/Woche
Front	545 000	136 250	4 500
Region	388 000	97 000	4 600
Schweiz	83 000	20 750	1 000
Ausland	62 000	15 500	600
Wirtschaft	55 000	13 750	900
Sport	160 000	40 000	1 600
Kultur	42 000	10 500	500
Panorama	57 000	14 250	700
Wissen	12 000	3 000	100
Leben	25 000	6 250	400
Digital	27 000	6 750	400
Auto	6 000	1 500	100
Wetter	13 000	3 250	200
Mamablog	8 000	2 000	200
Sweet Home	3 000	750	100
Outdoorblog	3 000	750	100



### Werbemittel-Spezifikationen

- max. 994 x 118 Pixel / max. 245 x 600 Pixel / max. 70 KB
- Flash / GIF / JPEG / HTML
- Skyscraper neben Maxiboard platziert

## BILLBOARD

25% Werbedruck

Channel	Ais pro Woche/Channel	Ais	CHF/Woche
Front	545 000	136 250	2 200
Region	388 000	97 000	2 300
Schweiz	83 000	20 750	500
Ausland	62 000	15 500	300
Wirtschaft	55 000	13 750	400
Sport	160 000	40 000	800
Kultur	42 000	10 500	200
Panorama	57 000	14 250	300
Wissen	12 000	3 000	100
Leben	25 000	6 250	200
Digital	27 000	6 750	200
Auto	6 000	1 500	100
Wetter	13 000	3 250	100
			TKP
Run of Site			25

### Werbemittel-Spezifikationen

- 650 x 350 Pixel / max. 90 KB
- Flash / GIF / JPEG / HTML



## HALFPAGE-AD

25% Werbedruck

Channel	Ais pro Woche/Channel	Ais	CHF/Woche
Front	545 000	136 250	5 100
Region	388 000	97 000	5 200
Schweiz	83 000	20 750	1 100
Ausland	62 000	15 500	700
Wirtschaft	55 000	13 750	1 000
Sport	160 000	40 000	1 800
Kultur	42 000	10 500	600
Panorama	57 000	14 250	800
Wissen	12 000	3 000	100
Leben	25 000	6 250	500
Digital	27 000	6 750	500
Auto	6 000	1 500	100
Wetter	13 000	3 250	200
Mamablog	8 000	2 000	200
Sweet Home	3 000	750	100
Outdoorblog	3 000	750	100
			TKP
Run of Site			55

### Werbemittel-Spezifikationen

- 300 x 600 Pixel / max. 90 KB
- Flash / GIF / JPEG / HTML



## BRANDWEEK

25% Werbedruck

Channel	Ais pro Woche/Channel	Ais	CHF/Woche
Front	545 000	136 250	7 000
Region	388 000	97 000	7 200
Schweiz	83 000	20 750	1 500
Ausland	62 000	15 500	1 000
Wirtschaft	55 000	13 750	1 400
Sport	160 000	40 000	2 500
Kultur	42 000	10 500	800
Panorama	57 000	14 250	1 100
Wissen	12 000	3 000	200
Leben	25 000	6 250	600
Digital	27 000	6 750	700
Auto	6 000	1 500	200
Wetter	13 000	3 250	300

### Werbemittel-Spezifikationen

- Es gelten die Spezifikationen der einzelnen Werbemittel.
- Zusätzlich kann der Hintergrund in einer Wunschfarbe eingefärbt werden.



## EXPANDABLE RECTANGLE

### Mouse-Over-Expandable

Zuschlag: 30% auf Tarif-Preis

#### Spezifikationen

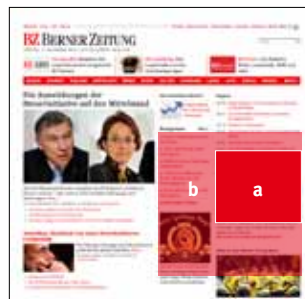
- Geschlossen: 300 x 250 Pixel
- Geöffnet: variabel
- max. 120 KB
- Expanded nur bei Mouse-Over
- Schliesst bei Mouse-Out
- Audioaktivierung nur durch Klick
- Nach links expandable

### Open-Expandable

#### Spezifikationen

- Geschlossen: 300 x 250 Pixel
- Geöffnet: variabel
- max. 120 KB
- Frequency-Capping: 1/User/24 h
- Einblendezeit: max. 7 Sekunden
- Audioaktivierung nur durch Klick
- Close-Button gut sichtbar

Run of Site/TKP 100



a 300 x 250 Pixel  
b 500 x 500 Pixel



a 300 x 250 Pixel  
b 500 x 500 Pixel

## EXPANDABLE MAXI-/LEADERBOARD

### Mouse-Over-Expandable

Zuschlag: 30% auf Tarif-Preis

#### Spezifikationen

- Geschlossen: 994 x 118 Pixel / 728 x 90 Pixel
- Geöffnet: max. 994 x 560 Pixel
- max. 120 KB
- Expanded nur bei Mouse-Over
- Schliesst bei Mouse-Out
- Audioaktivierung nur durch Klick
- Auf der Frontseite nicht möglich

### Open-Expandable

#### Spezifikationen

- Geschlossen: 994 x 118 Pixel / 728 x 90 Pixel
- Geöffnet: max. 994 x 560 Pixel
- max. 115 KB
- Frequency-Capping: 1/User/24 h
- Einblendezeit: max. 7 Sekunden
- Audioaktivierung nur durch Klick
- Close-Button gut sichtbar

Run of Site/TKP 100



a 994 x 118 Pixel  
b 994 x 560 Pixel



a 994 x 118 Pixel  
b 994 x 560 Pixel

## EXPANDABLE MAXI-SKYSCRAPER

### Mouse-Over-Expandable

Zuschlag: 30% auf Tarif-Preis

#### Spezifikationen

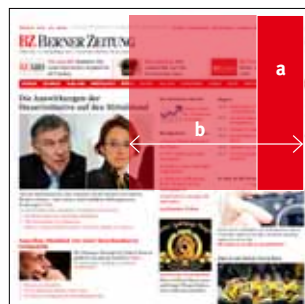
- Geschlossen: 245 x 600 Pixel / 160 x 600 Pixel
- Geöffnet: max. 800 x 600 Pixel
- max. 120 KB
- Expanded nur bei Mouse-Over
- Schliesst bei Mouse-Out
- Audioaktivierung nur durch Klick

### Open-Expandable

#### Spezifikationen

- Geschlossen: 245 x 600 Pixel / 160 x 600 Pixel
- Geöffnet: max. 800 x 600 Pixel
- max. 120 KB
- Frequency-Capping: 1/User/24 h
- Einblendezeit: max. 7 Sekunden
- Audioaktivierung nur durch Klick
- Close-Button gut sichtbar

Run of Site/TKP 105



a 245 x 600 Pixel  
b 800 x 600 Pixel



a 245 x 600 Pixel  
b 800 x 600 Pixel

## EXPANDABLE WALLPAPER

### Mouse-Over-Expandable

Zuschlag: 30% auf Tarif-Preis

#### Spezifikationen

- Geschlossen: max. 994 x 118 / max. 245 x 600 Pixel
- Geöffnet: max. 1154 x 600 Pixel / 1239 x 600 Pixel
- max. 140 KB
- Expanded nur bei Mouse-Over
- Schliesst bei Mouse-Out
- Audioaktivierung nur durch Klick
- Auf der Frontseite Expand nur bei Mouse-Over auf dem Skyscraper

### Open-Expandable

#### Spezifikationen

- Geschlossen: max. 994 x 118 / max. 245 x 600 Pixel
- Geöffnet: max. 1154 x 600 Pixel / 1239 x 600 Pixel
- max. 140 KB
- Expanded nur bei Mouse-Over
- Schliesst bei Mouse-Out
- Audioaktivierung nur durch Klick
- Auf der Frontseite Expand nur bei Mouse-Over auf dem Skyscraper

Run of Site/TKP 105



a 994 x 118 Pixel  
b 994 x 600 Pixel



a 994 x 118 Pixel  
b 994 x 600 Pixel

## EXPANDABLE TV-AD

### Rectangle

40% Zuschlag auf Tarif-Preise (inkl. Produktion, Streaming und Reporting)

#### Spezifikationen

- Geschlossen: 300 x 250 Pixel
- Geöffnet: variabel
- mind. 1154 x 650 Pixel (optimal ist HD-Qualität)
- Spotlänge unbegrenzt
- Expanded nur bei Mouse-Over
- Schliesst bei Mouse-Out
- Audioaktivierung nur durch Klick

### Maxi-/Leaderboard

40% Zuschlag auf Tarif-Preise (inkl. Produktion, Streaming und Reporting)

#### Spezifikationen

- Geschlossen: 994 x 118 Pixel
- Geöffnet: max. 994 x 560 Pixel
- mind. 1154 x 650 Pixel (optimal ist HD-Qualität)
- Spotlänge unbegrenzt
- Expanded nur bei Mouse-Over
- Schliesst bei Mouse-Out
- Audioaktivierung nur durch Klick
- Auf der Frontseite nicht möglich



### Sticky Maxi-Skyscraper

40% Zuschlag auf Tarif-Preise (inkl. Produktion, Streaming und Reporting)

#### Spezifikationen

- Geschlossen: 245 x 600 Pixel / 160 x 600 Pixel
- Geöffnet: max. 1154 x 650 Pixel
- mind. 1154 x 650 Pixel (optimal ist HD-Qualität)
- Spotlänge unbegrenzt
- Expanded nur bei Mouse-Over
- Schliesst bei Mouse-Out
- Audioaktivierung nur durch Klick

### Wallpaper

40% Zuschlag auf Tarif-Preise (inkl. Produktion, Streaming und Reporting)

#### Spezifikationen

- Geschlossen: 994 x 118 Pixel / 245 x 600 Pixel
- Geöffnet: max. 1154 x 650 Pixel
- mind. 1154 x 650 Pixel (optimal ist HD-Qualität)
- Spotlänge unbegrenzt
- Expanded nur bei Mouse-Over
- Schliesst bei Mouse-Out
- Audioaktivierung nur durch Klick
- Auf der Frontseite Expand nur bei Mouse-Over auf dem Skyscraper

## PRESTITIAL/INTERSTITIAL

### Prestitial

(inkl. Reminder-Ad)

#### Beschreibung Prestitial

Das Prestitial erscheint bevor der Leser die Seite sieht und kann durch einen von Newsnet vorgegebenen Close-Button geschlossen werden.

#### Reminder-Ad

- Rectangle: 300 x 250 Pixel
- Maxi-/Leaderboard: 994 x 118 Pixel
- Sticky Maxi-Skyscraper: 245 x 600 Pixel

#### Spezifikationen

- max. 986 x 500 Pixel
- max. 100 KB
- Flash / GIF / JPEG
- Frequency-Capping: 1/User/Kampagne
- Einblendezeit: max. 7 Sekunden
- kein Close-Button

**Front/TKP** 190

### Interstitial

(inkl. Reminder-Ad)

#### Beschreibung Interstitial

Das Interstitial erscheint, wenn der Leser eine Story aufrufen möchte und kann durch einen von Newsnet vorgegebenen Close-Button geschlossen werden.

#### Reminder-Ad

- Rectangle: 300 x 250 Pixel
- Maxi-/Leaderboard: 994 x 118 Pixel
- Sticky Maxi-Skyscraper: 245 x 600 Pixel

#### Spezifikationen

- max. 986 x 500 Pixel
- max. 100 KB
- Flash / GIF / JPEG
- Frequency-Capping: 1/User/24h
- Einblendezeit: max. 10 Sekunden
- kein Close-Button

**Run of Site/TKP** 140

**Channel/TKP** 160



## LAYER-AD

### Big Layer-Ad

(inkl. Reminder-Ad)

#### Reminder-Ad

- Rectangle: 300 x 250 Pixel
- Maxi-/Leaderboard: 994 x 118 Pixel
- Sticky Maxi-Skyscraper: 245 x 600 Pixel

#### Spezifikationen

- max. 1154 x 700 Pixel
- max. 100 KB
- Flash / GIF / JPEG / HTML
- Frequency-Capping: 1/User/Kampagne
- Einblendezeit: max. 7 Sekunden
- Close-Button gut sichtbar

**Run of Site/TKP** 150

**Channel/TKP** 170

**Front/TKP** 200

### Small Layer-Ad

(inkl. Reminder-Ad)

#### Reminder-Ad

- Rectangle: 300 x 250 Pixel
- Maxi-/Leaderboard: 994 x 118 Pixel
- Sticky Maxi-Skyscraper: 245 x 600 Pixel

#### Spezifikationen

- max. 500 x 500 Pixel
- max. 100 KB
- Flash / GIF / JPEG / HTML
- Frequency Capping: 1/User/24h
- Einblendezeit: max. 7 Sekunden
- Close-Button gut sichtbar

**Run of Site/TKP** 130

**Channel/TKP** 150

**Front/TKP** 180



## PUBLIREPORTAGE

### Publireportage-Teaser und Publireportage-Website

#### Beschreibung

Bei einer Publireportage wird Ihr Produkt redaktionell aufbereitet auf den Newsnet-Websites platziert. Mittels des Publireportage-Teasers gelangt der User auf die Publireportage-Website, welche mit den gewünschten Inhalten produziert wird. Die Publireportage wird in dem vom Newsnet vorgegebenen Layout erstellt.

#### Publireportage-Teaser

Wird rotierend in der rechten Spalte und unterhalb des Contents platziert. Bild 284 x 142 Pixel / Titel max. 1 Zeile (max. 30 Zeichen inkl. Leerzeichen). Text max. 2 Zeilen (max. 100 Zeichen inkl. Leerzeichen). Der Teaser ist zusätzlich in der jeweiligen Sektion auf der Home ersichtlich.

#### Publireportage-Website

Titel, Lead und Lauftext: 1 Topbild (Breite 640 Pixel) / max. 4 Bilder für Boxen (Breite 260 Pixel) / max. 3 Links / max. 8000 Zeichen. Der Inhalt muss mindestens fünf Arbeitstage im Voraus angeliefert werden. Newsnet misst die Seitenaufrufe der Publireportage und die Klicks auf weiterführende Links.

	Ais	CHF/Woche
Run of Site/TKP	1 500 000	3 000



Publireportage-Teaser



Publireportage-Website

## MOBILE-WERBUNG



### iPhone-App Banner

#### Spezifikationen

- 320 x 64 Pixel
- max. 15 KB
- GIF / JPEG
- Animierte GIFs möglich (max. 3 Animationen)
- Klickbar
- Tracking durch Clickcommand und Zählpixel möglich

Run of Site/TKP	75
-----------------	----

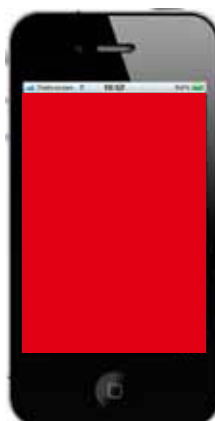


### iPhone-App Prestitial

#### Spezifikationen

- 320 x 416 Pixel
- max. 25 KB
- GIF / JPEG
- Nicht animiert
- Nicht klickbar
- Einblendezeit: max. 5 Sekunden

Front/TKP	150
-----------	-----



### iPhone-App Interstitial

#### Spezifikationen Interstitial

- 320 x 460 Pixel
- max. 25 KB
- GIF / JPEG
- Animierte GIFs möglich (max. 3 Animationen)
- Klickbar
- Einblendezeit: max. 7 Sekunden
- Tracking durch Clickcommand und Zählpixel möglich

Run of Site/TKP	100
-----------------	-----

## MOBILE-WERBUNG



### Web-App Banner

#### Spezifikationen

- 320 x 50, 300 x 50 Pixel  
(zwingend beide Grössen anliefern)
- max. 12 KB
- GIF / JPEG / PNG
- iPhone- & Android-Targeting
- Animierte GIFs nur auf iPhone möglich
- Tracking durch Clickcommand und Zählpixel möglich

Run of Site/TKP	75
-----------------	----



### Web-App Interstitial

#### Spezifikationen

- 320 x 480, 320 x 396, 480 x 800  
(zwingend alle Grössen anliefern)
- max. 18 KB
- GIF / JPEG / PNG
- Einblendzeit: max. 7 Sekunden
- Tracking durch Clickcommand und Zählpixel möglich

Run of Site/TKP	100
-----------------	-----



### Web-App Publireportage

#### Beschreibung

Der Publireportage-Teaser erscheint auf der Frontseite der WebApp. Der Teaser linkt direkt auf die von Newsnet erstellte Mobile-Publireportage.

#### Teaser-Spezifikationen

- Titel: max. 17 Zeichen (mit Leerzeichen)
- Lead: max. 60 Zeichen (mit Leerzeichen)
- Bild: 120 x 80 Pixel
- Auf der Frontseite platziert
- Tracking durch Clickcommand und Zählpixel möglich

#### Website-Spezifikationen gemäss NN-Tarif

- 1 Topbild (Breite: 650 Pixel)
- Text max. 5000 Zeichen
- 4 Links

Front/TKP	80
-----------	----

## VIDEO-ADS

### Pre-Roll

#### Beschreibung

Der Pre-Roll wird vor einem redaktionellen Videobeitrag geschaltet. Nach 10 Sekunden erscheint automatisch ein Close-Button mit welchem der Leser die Werbung überspringen kann.

#### Spezifikationen

- AVI / MPEG / 3PG / MOV
- Spotlänge max. 25 Sekunden
- Frequency-Capping: 1/User/24h

Run of Site/TKP	75
-----------------	----

### Ticker-Ad

#### Beschreibung

Das Ticker-Ad erscheint als Werbebalken in den Newsnet Video-Beiträgen auf Artikel Ebene. Durch die interaktive Expandfunktion, vergrössert sich der Werbebalken auf das gesamte Video-Format.

#### Spezifikationen

- auf Anfrage

Run of Site/TKP	55
-----------------	----



## ZUSCHLAG STREAMING-WERBEMITTEL

Video-Gewicht	TKP in CHF
200 KB	0.25
400 KB	0.50
600 KB	0.70
800 KB	0.95
1000 KB	1.20
1200 KB	1.45
1400 KB	1.70
1600 KB	1.90
1800 KB	2.15
2000 KB	2.40
2200 KB	2.65
2400 KB	2.90
2600 KB	3.10
2800 KB	3.35
10 000 KB	3.35

Bei Streaming-Werbemittel, die von Newsnet gehostet werden, wird je nach Impressions und Gewicht ein Streaming-Zuschlag verrechnet.

#### Technische Spezifikationen

Ein Streaming-Banner verhält sich identisch wie ein normales Werbemittel. Der clickTAG wird über die vorgegebene Variable an den Banner übergeben.

Das Video muss vom Werbeauftraggeber als .mpeg angeliefert werden.

Der Banner (swf\_Player) wird vom Werbeauftraggeber als FLA angeliefert. Dies weil das FLV extern gestreamt wird und das Newsnet die URL zum Video manuell eintragen muss.

Das gesamte Streaming läuft in der Regel über die NetStream-Funktionen von Flash.

Es muss ein Buffer gesetzt werden (z.B. über NetStream-Funktionen).

Das Video kann beim Aufruf sofort oder erst auf die Eingabe des Users abgespielt werden.

Der Sound darf nicht sofort abgespielt werden. Dieser muss deaktiviert sein und darf erst auf Eingabe des Users über einen Sound-Button aktiviert werden.

---

## CROSSMEDIA

### Unsere Definition von Crossmedia

---

Als fester Bestandteil moderner integrierter Kommunikationsstrategien spielt Crossmedia eine tragende Rolle in der Mediaplanung. Die crossmediale Vernetzung einer Kommunikationsidee durch unterschiedliche, miteinander verzahnte Medien führt zu einem interaktiven und somit vertieften Erlebnis von Marken, Angeboten und Produkten. Crossmediale Kampagnen erzeugen durch ihren einheitlichen Markenauftritt einen Kommunikationsmehrwert für mehr Wiedererkennung und Imagestärkung. Ihr Ziel ist maximaler werblicher Erfolg über unterschiedliche Medienkanäle. Das probate Mittel zur angestrebten Werbewirkung ist die Inszenierung einer Story rund um die Marke oder das damit beworbene Produkt.

Espace Media bietet mit den unterschiedlichsten Medien unter einem Dach optimale Voraussetzungen für die Realisierung Ihres crossmedialen Auftritts. Nutzen Sie unsere professionelle Beratung, die flexiblen Dienstleistungen und massgeschneiderten Werbemöglichkeiten im Bereich crossmedialer Kampagnenführung.

Wer auf effiziente Endverbraucherwerbung setzt, die steuerbar, messbar und bezahlbar ist, kommt an Crossmedia nicht vorbei.

### Vorteile einer Crossmedia Kampagne

---

- Crossmediale Kampagnen sind stets kundenindividuelle Lösungen.
- Massgeschneiderte Kommunikationslösungen
- Viel Spielraum für innovative, ungewöhnliche und aufmerksamkeitsstarke Gestaltungskonzepte
- Positive Einstellung der Verbraucher gegenüber crossmedialen Kampagnen
- Längere Wirkung von Werbeideen
- Intensivere Kommunikation
- Hohe Kontaktintensität
- Steigerung der Lerneffekte bei Werbebotschaften

Gerne erstellen wir Ihnen ein auf Ihre Kommunikation und Werbebotschaft abgestimmtes Crossmedia-Konzept auf Basis unserer Medien.

## STANDARD CROSSMEDIA-ANGEBOT

### PRINT, ONLINE, MOBILE

#### Print



#### Print

Front Reklamefeld, links oben (nur in diesem Angebot buchbar) Erscheinung: BZ Berner Zeitung/ Der Bund (Gesamtausgabe) Auflage: 353 000

#### Spezifikationen

Format: 45 x 80 mm s/w oder farbig

#### Online



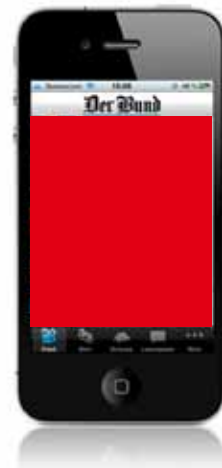
#### Online

Sticky Maxi-Skyscraper auf der Startseite (Front) von [bernerzeitung.ch/derbund.ch](http://bernerzeitung.ch/derbund.ch)  
Einblendungen: 100 000 Laufzeit: 2 Tage

#### Spezifikationen

245 x 600 Pixel / Flash / GIF / JPEG / HTML  
max. 70 KB

#### Mobile



#### Mobile

iPhone-Interstitial in der iPhone App von BZ Berner Zeitung/ Der Bund  
Einblendungen: 15 000 Laufzeit: 2 Tage

#### Spezifikationen

320 x 460 Pixel / GIF / JPEG (animiertes GIF mit max. 3 Animationen) max. 25 KB

---

## SPEZIFIKATIONEN

### Anlieferung der Flash-Werbemittel

---

Bei Flash-Werbemitteln (.swf-Dateien) wird ein alternatives GIF-File benötigt. Dieses wird bei Usern ausgeliefert, welche kein aktuelles Flash-Plugin installiert haben. Die URL muss separat ausgewiesen werden, da diese aus dem Ad-Server direkt an die variable clickTAG im Werbemittel geliefert werden. Die vorgegebenen Gewichtslimits müssen zwingend eingehalten werden. Das Werbemittel darf keinen Sound automatisch wiedergeben. Alle Rectangle, die auf Flash basieren, müssen im Ad-Management zwingend auf die Funktion «wmode=transparent» gestellt werden.

### Close-Button

---

Alle Flash-Floating-Werbemittel müssen einen funktionierenden Close-Button enthalten. Dieser muss jederzeit gut ersichtlich und mindestens 25 x 25 Pixel gross sein.

Des Weiteren darf Weiss als Farbe des Close-Buttons NICHT verwendet werden, da viele Seiten einen weissen Hintergrund verwenden und die Schaltfläche so nicht sichtbar wäre. Der Button muss mit folgender Schliessfunktion angeliefert werden:

```
on(release)
{
  fscommand("close");
}
```

Nach einer Laufzeit von 7 Sekunden muss sich das Floating selbstständig schliessen.

### Expandable Ad Spezifikationen

---

Es gibt zwei Methoden, um einen Expand des Werbemittels hervorzurufen: On Mouse-Over: Der Expand-Effekt wird aktiviert, sobald der User den Cursor über das Werbemittel bewegt. On Mouse-Click: Der Expand-Effekt wird aktiviert, sobald der User auf das Werbemittel klickt. Sobald sich der Cursor nicht mehr auf dem Werbemittel befindet, muss sich dieses automatisch schliessen.

Wichtig: Sollte das Werbemittel im geöffneten Zustand starten, würde dieses als Floating-Ad deklariert und entsprechend der dafür eingesetzten Tarifgruppe angehören.

Alle Werbemittel müssen mindestens drei Arbeitstage im voraus angeliefert werden.

## CLICKTAG-IMPLEMENTIERUNG

### Warum ein clickTAG?

In einem Flash-Banner wird die URL normalerweise im Flashmovie integriert. Das Problem hierbei ist, dass wir die Kampagnen so nicht messen können. Um die Kampagne auch von unserer Seite messen zu können, müssen wir die URL über unser Trackingtool (AdServer) an das Werbemittel übergeben. Dazu ist es notwendig, anstelle einer hart codierten URL eine clickTAG-Variable im Flash einzubetten. Die URL wird dann von unserem System als Parameter zur Flash-Datei übermittelt.

### Wie füge ich ein clickTAG in ein Flash-Banner ein?

Sofern noch keine entsprechende Click-Fläche im Flash vorgesehen ist, können Sie einfach eine neue Ebene in der Timeline erstellen und dort eine transparente Fläche zum Klicken einfügen. Diese Fläche sollte über die ganze Fläche des Werbemittels gehen und auf der obersten Ebene liegen. Anschliessend gehen Sie in der Timeline auf dem entsprechenden Frame mit Rechtsklick auf Aktionen. Im folgenden Programmierfenster wird der clickTAG-Code eingegeben. An dieser Stelle sollten Sie sich für eine ActionScript-Version entscheiden, d. h. ActionScript2 oder ActionScript3, denn hier gibt es gravierende Unterschiede:

#### Flash Version 6 oder höher (ActionScript 2)

```
on (release)
{
  getURL(_root.clickTAG, "_blank");
}
```

#### Flash Version 5 und kleiner (ActionScript 2)

```
on(release)
{
  getURL(clickTAG, "_blank");
}
```

#### ActionScript 3

```
if (root.loaderInfo.parameters["clickTAG"]) {
  var clickTAG:String =
  root.loaderInfo.parameters["clickTAG"];
}
click_btn.addEventListener(MouseEvent.CLICK,
getUrlfunction);
function getUrlfunction(ev:Event = null): void {
  ExternalInterface.call("window.open", clickTAG,
  "_blank");
}
```

#### Bemerkung

click\_btn ist der Name des Link Buttons. Sie können diesen auch beliebig ändern.

### Links ersetzen

Sollte das Flashbanner vorher bereits mit einem festen Link versehen worden sein, muss natürlich dieser Code durch den clickTAG-Code ersetzt werden. Eventuell wurden innerhalb des Banners auch mehrere Links platziert, die ersetzt werden müssen.

### Mehrere Links mit clickTAG

Wenn eine Flash-Datei mehr als einen Link URL enthalten soll, werden diese über unterschiedliche, durchnummerierte Variablen (clicktag1, clicktag2 etc.) übergeben. Der Programmiercode bleibt der gleiche. Unser System unterstützt bis zu 10 clickTags in einer Flash-Datei.

### Wichtig: Alternative GIF-Werbemittel

Bei Flash-Werbemitteln wird ein alternatives GIF-File benötigt. Dieses wird bei Usern ausgeliefert, welche kein aktuelles Flash-Plug-in installiert haben.

---

## TEAM/KONTAKT

### Team

---



**Michael Hadorn**

Verkaufsberater  
Online Medien  
Mobile 079 692 86 95  
Telefon direkt 031 330 32 66  
michael.hadorn@espacemedia.ch



**Roger Gerber**

Medienplaner  
Online Medien/Crossmedia  
Mobile 079 692 86 95  
Telefon direkt 031 330 34 64  
roger.gerber@espacemedia.ch

### Konditionen

---

Beraterkommission: 5%  
ZEWO-Rabatt: 50%

Alle Preise in CHF, exkl. 8% MWST.  
Änderungen vorbehalten.

Abweichende Impressions-Werte werden  
Run-of-Site nachgeliefert.

### Kontakt

---

Espace Media AG  
**Online Medien**  
Dammweg 9  
Postfach  
3001 Bern  
Telefon 031 330 32 66  
Fax 031 311 77 00  
onlinemedien@espacemedia.ch  
online.espacemultimedia.ch