

FAQ smartMedia (Stand März 2021)

Fragenübersicht:

Inhalt

1. Wie kann ich 90% der Fehler vermeiden?.....	3
2. Kann ich einen Auftrag kopieren?	3
3. Warum bekomme ich eine ZIP-Datei, wenn ich eine Gestaltung beauftragt habe und was tue ich damit?	3
4. Wie kann ich mir das Werbemittel ansehen, das durch „Gestaltung“ produziert wurde?	3
5. Ich kann mich nicht einloggen, was mache ich falsch?	3
6. Ich möchte einen Preis anpassen, wo geht das?.....	4
7. Können wir die gebuchten AI's überhaupt ausliefern?	4
8. Wann kann die Werbung frühestens laufen?	4
9. Kann ich eine Kampagne bis auf weiteres laufen lassen?	4
10. Mein Kunde hat keine Webseite für die Verlinkung der Display Werbung. Und jetzt?..	4
11. Warum habe ich manche Aufträge zweimal in „Meine Aufträge“?	4
12. Wie kann ich einen Auftrag ändern?	4
13. Warum sehe ich bei meinen Aufträgen nur ein Auge und keinen Stift mehr?	5
14. Kann ich die Parameter der Buchung noch ändern, wenn diese schon angelaufen ist? ..	5
15. Was muss ich beim GEO-Targeting beachten?	5
16. Warum sehe ich mein Werbemittel nicht in der Vorschau?	5
17. Welche technischen Vorgaben müssen die Werbemittel erfüllen? (Abmessungen, Dateiformat und Dateigewicht)	5
18. Woher bekomme ich einen Screenshot der Werbung? Mein Kunde sieht seine Werbung nicht!	5
19. Wie gut läuft meine Kampagne?	6
20. Wann und wie bekomme ich eine Auftragsbestätigung?	6
21. Wie kann ich einen bereits gebuchten I&M-Auftrag noch mal ändern?	6
22. Wann/wie bekomme ich ein Reporting?	6
23. Ich möchte verschiedene Rechnungen an verschiedene GPs erstellen, geht das?	6
24. Ich habe das ganze Jahr durchverkauft und möchte aber einzelne Auftragsnummern für meine XMS Aufträge haben?	6
25. Ich möchte über einen längeren Zeitraum gestückelt buchen. Wie geht's am Besten? ..	7
26. Wo erfasse ich Native Ads?	7
27. Wo erfasse ich Interstitials für das ePaper?	7
28. Kann ich Kampagnen für 0,00€ anlegen?	8

29. Sehe ich die Bonitätswarnung in smartMedia?	8
30. Ich habe eine Fehlermeldung erhalten, finde aber den Fehler nicht, was tun?	8
31. Preisänderungen bei Schnelleinstiegen – worauf muss ich achten?	8
32. Was ist besser: Auftrag ändern oder stornieren?	8
33. Wie buche ich „Vorkasse“ in smartMedia?	8
34. Ich bekomme eine Fehlermeldung zur Auftragsprüfung, die sich auf die Zahlungsart bezieht. Was kann ich tun?	8
35. Ich möchte ein Werbeformat mit mehreren Werbemitteln zur Ausspielung in Rotation buchen. Was muss ich beachten?	9
36. Ich möchte auf hannover.de einen Branchenbucheintrag buchen. Wie geht's?	9
37. Warum passt sich der Targeting-Umkreis in den Kampagnenangaben nicht dynamisch an?	10
38. Wie geht's nach der kaufmännischen Erfassung in smartMedia weiter bei: Sponsored Posts?	10
39. Warum haben die Native Pakete einen abweichenden TKP?	11
40. Wie viel muss ich dem Kunden für eine Gestaltung berechnen?	11
41. Wie erfasse ich DOOH-Kampagnen?	12
42. Ich möchte nachträglich ein Werbemittel ändern, wie erfährt das Ad Management von der Änderung?	12

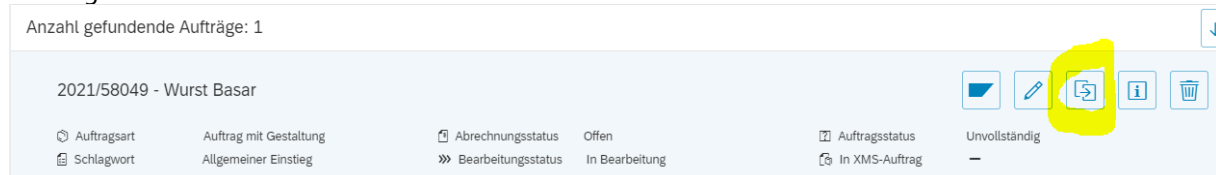
Wie kann ich 90% der Fehler vermeiden?

- Buchungsparameter müssen vollständig vorhanden sein.
 - o GP-Nummer des Kunden + ggf. Agentur
 - o Laufzeit (Beginn und Ende)
 - o Preis ggf. abzgl. AE
 - o Menge Ai's
 - o Werbemittel
 - o Verlinkung
 - o Portal
 - o Werbezone

Kann ich einen Auftrag kopieren?

Ja, man kann sowohl einen gesamten Auftrag, als auch eine Kampagne kopieren:

Auftrag:



Anzahl gefundene Aufträge: 1

2021/58049 - Wurst Basar

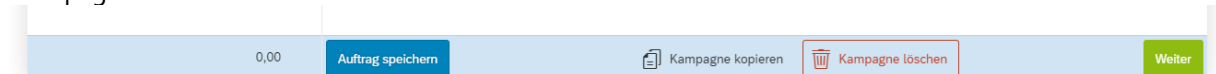
Auftragsart: Auftrag mit Gestaltung
Schlagwort: Allgemeiner Einstieg

Abrechnungsstatus: Offen
Bearbeitungsstatus: In Bearbeitung

Auftragsstatus: Unvollständig
In XMS-Auftrag: -

Buttons: [Kopieren] (highlighted in yellow), [Info], [Löschen]

Kampagne:



0,00

Auftrag speichern

Kampagne kopieren

Kampagne löschen

Weiter

Warum bekomme ich eine ZIP-Datei, wenn ich eine Gestaltung beauftragt habe und was tue ich damit?

Bitte NUR BEI KAUFMÄNNISCHEN AUFTRÄGEN die zip-Datei an das AdManagement

(admanagement@madsack.de) senden und auf die Auftragsnummer

2021/58049 - Wurst Basar

verweisen. Display-Aufträge inkl. Tasche werden automatisch an das AdManagement überstellt.

Wie kann ich mir das Werbemittel ansehen, das durch „Gestaltung“ produziert wurde?

Mit Fertigstellung des Werbemittels durch Transmatico erhalten Sie als Erfasser des Auftrages eine Mail mit einer ZIP-Datei. Hier enthalten ist eine Text-Datei, die Namen „Vorschaulink“ trägt. Den Link aus der Datei kopieren Sie in die Browserzeile. Nun sehen Sie, wie das Werbemittel auf der Website (mobil und desktop) aussehen wird.

(vgl. Muster: https://trmads.eu/get?service=rpaadpreview&ad=899247&preview-version=laptop&banner-format=medium_rectangle)

Ich kann mich nicht einloggen, was mache ich falsch?

Bitte prüfen, ob die korrekten Vi&Va Anmeldedaten gewählt wurden (Groß- und Kleinschreibung!) und ob der korrekte Mandant ausgewählt wurde (Hannover ist 001).

Ich möchte einen Preis anpassen, wo geht das?

Bitte entweder je Kampagne/Werbemittel einen Preis eingeben unter „Preiskonditionen“ oder unten in der Zeile neben „Auftrag speichern“ die Gesamtpreisberechnung eingeben. Wenn Festpreise gewählt werden, dann immer **Festpreis vor Zu- und Abschlag** wählen.

ACHTUNG: Preise in Display-Paketen beinhalten einen abgestimmten Rabatt, der auf die einzelnen Bestandteile verrechnet wird und sollten generell nicht angepasst werden. Wählen Sie besser „Allgemeiner Einstieg“ und dann unter „Kampagnenvorbelegung“ ihre Buchung aus.

Können wir die gebuchten AI's überhaupt ausliefern?

Eine Inventarprüfung ist im Buchungstool/smartMedia integriert. Sollte eine Kampagne trotzdem mal drohen zu unterliefern meldet sich das Ad Management.

Wann kann die Werbung frühestens laufen?

Wie immer gilt: 2-3 Werktage Vorlauf für das Ad Management nachdem alle Werbemittel vorliegen.

Kann ich eine Kampagne bis auf weiteres laufen lassen?

Nein, der Ad Server braucht immer eine feste Laufzeit.

Mein Kunde hat keine Webseite für die Verlinkung der Display Werbung. Und jetzt?

Alternativ kann auch die Facebook Seite oder ein Brancheneintrag des Kunden genommen werden.

Info Hannover: Für den Verkauf von Webseiten, Shops oder Landingpages können Sie sich an freunde@digitalathleten.de wenden.

Info Göttingen: Für den Verkauf von Webseiten, Shops oder Landingpages können Sie sich an onlinemarketing@goettinger-tageblatt.de wenden.

Warum habe ich manche Aufträge zweimal in „Meine Aufträge“?

SmartMedia speichert automatisch sobald Sie ihre Kampagne benannt haben. Sollten Sie ausversehen einen Auftrag einmal doppelt erfasst haben, können sie den doppelten Auftrag einfach über die Mülltonne löschen.

Wie kann ich einen Auftrag ändern?

Insofern die Laufzeit noch nicht begonnen hat, Auftrag öffnen, unter „Weiteres“ den freigegebenen Auftrag wieder auf „in Bearbeitung“ setzen und Anpassungen vornehmen.

Warum sehe ich bei meinen Aufträgen nur ein Auge und keinen Stift mehr?

Der Auftrag wurde von Ihnen bereits „freigegeben“. Um zu ändern: Insofern die Laufzeit noch nicht begonnen hat, Auftrag öffnen, unter „Weiteres“ den freigegebenen Auftrag wieder auf „in Bearbeitung“ setzen und Anpassungen vornehmen.

Kann ich die Parameter der Buchung noch ändern, wenn diese schon angelaufen ist?

Laufzeitverlängern ja, Werbemittel (nicht Werbeformat) oder Link tauschen ja, Werbezone ändern ja, **Preis ändern nein**. Wenden Sie sich bitte an auftrag@madsack.de.

Wichtig: Generell sollten es sich hierbei um Ausnahmen handeln!

Was muss ich beim GEO-Targeting beachten?

Entweder auf dem Reiter „Kampagnenangaben“ einen festen Umkreis wählen, oder über den Reiter „Experte“ die PLZ angeben. Beachten Sie, dass wenn GEO-Targeting außerhalb eines Preisvorteilspaketes gebucht wird, fallen zusätzliche Kosten an.

Warum sehe ich mein Werbemittel nicht in der Vorschau?

GIF und HTML5-Werbemittel können in der Vorschau nicht dargestellt werden.

ACHTUNG: HTML-Werbemittel müssen als zip-Datei zum Ad Management gesendet werden. Sie können nicht in smartMedia geprüft werden.

Welche technischen Vorgaben müssen die Werbemittel erfüllen? (Abmessungen, Dateiformat und Dateigewicht)

<http://madsack-adcenter.de/technische-spezifikationen/desktop-standardformate/>

Erfahrungsgemäß gab es bei 85% der Fälle Probleme aufgrund von falsch gebauten Werbemitteln. Einfacher vom Handling sind GIF, PNG oder JPG Dateien, diese werden jetzt direkt in smartMedia geprüft.

Werbemittel müssen vor Buchung überprüft werden, auch wenn sie von einem professionellen Grafiker/Agentur gebaut wurden (Rechtsklick – Eigenschaften – Details). HTML5 Werbemittel sind generell schwieriger zu prüfen. Das Ad Management kann eine Prüfung erst bei Buchung der Kampagne durchführen.

Die Gestaltung der Werbemittel sollte vorher mit dem Kunden grob abgestimmt sein, bzw. Vorlagen sollten sprechend sein.

Woher bekomme ich einen Screenshot der Werbung? Mein Kunde sieht seine Werbung nicht!

Das Ad Management schickt einen Vorschaulink nach erfolgter Buchung. Screens aus dem Live-Betrieb müssen selbst gemacht werden.

Wie gut läuft meine Kampagne?

Im Kampagnenboard in smartMedia können Sie jederzeit die Performance prüfen: Icon neben „Meine Aufträge“ und „Alle Aufträge“: „Ad Server Kampagnenboard“.

Wann und wie bekomme ich eine Auftragsbestätigung?

Diese kann von Ihnen jederzeit direkt über smartMedia ausgelöst werden („Weiteres“ im Bereich Online als *Auftragsbestätigung senden* und unter „Weitere Angaben“ im Bereich Print als *Bestätigung Auftragssteuerung* senden). Soll eine Bestätigung auch ohne fertige Werbemittel schon einmal ausgelöst werden, kann der Auftrag schon einmal vorab freigegeben werden und die Bestätigung versendet werden. Danach den Auftrag zurück „in Bearbeitung“ setzen. Funktioniert unter „Weiteres“.

Wie kann ich einen bereits gebuchten I&M-Auftrag noch mal ändern?

Solange der Auftrag noch nicht fakturiert ist sind Änderungen möglich. Bitte ans zentrale Auftragsmanagement (auftrag@madsack.de) wenden. Sollte der Auftrag schon abgerechnet sein muss dieser storniert und neu angelegt werden.

Wann/wie bekomme ich ein Reporting?

Nach abgeschlossener Kampagne kann man sich direkt in smartMedia das Reporting ziehen. Icon neben „Meine Aufträge“ und „Alle Aufträge“: „Ad Server Kampagnenboard“. Einen Zwischenstand sieht man dort auch – lediglich für Native Ads erhält man dieses erst nach Abschluss der Kampagne. **Info** Native-Reportings können aktuell noch nicht im Kampagnenboard dargestellt werden. Bitte bei Bedarf eines Native-Reports eine Mail an admanagement@madsack.de schicken.

Ich möchte verschiedene Rechnungen an verschiedene GPs erstellen, geht das?

Ein Auftrag kann entweder komplett gebucht werden und dann per Info an das zentrale Auftragsmanagement (auftrag@madsack.de) gesendet werden: Kaufmännische Aufträge per XMS erstellen und klammern ODER es werden alle Als etc. auf zwei Aufträge aufgeteilt gebucht.

Ich habe das ganze Jahr durchverkauft und möchte aber einzelne Auftragsnummern für meine XMS Aufträge haben?

Entweder man bucht das ganze Jahr durch und hat nur einen Auftrag mit z.B. monatlicher Rechnungsstellung. Oder man macht einzelne Aufträge Monat für Monat und bekommt dann jeweils eine Auftragsnummer.

Ich möchte über einen längeren Zeitraum gestückelt buchen. Wie geht's am Besten?

Bitte erstellen Sie innerhalb des Auftrags einzelne Kampagnen beispielsweise durch Kopie und passen das Datum an.

Eine Massendisposition bei der man z.B. mehrere Monate markiert und aber nur einzelne Tage daraus buchen möchte ist in smartMedia derzeit nicht möglich, da die Als über die Laufzeitauswahl systemisch verteilt werden. Ein Hinweis unter „Experte“ genügt leider nicht. Wenden Sie sich bei sehr spezifischen Buchungen bitte an auftrag@madsack.de.

Wo erfasse ich Native Ads?

Es ist wichtig die **Native Ads über den Schnelleinstieg** zu erfassen, nicht über „Allgemeiner Einstieg“. So werden alle kaufmännischen Informationen ans Ad Management übermittelt.

Bei Native Ads (Achtung nicht den Begriff „Online Advertorial“ verwenden, dieser ist für das Ad Management verwirrend) bitte folgenden **Workflow (Hannover)** beachten:

1. Erfassung AdIn oder AdOut in smartMedia
2. Falls nicht vorhanden: Bestellung der Werbemittel über die Digitalathleten gemäß der **Vorgaben** <http://madsack-adcenter.de/technische-spezifikationen/native-advertising-spezifikationen/> oder [hier](#) auf dem Sharepoint
Überblick der **Formate**: <http://madsack-adcenter.de/technische-spezifikationen/native-ad-formate/>
3. Senden der Werbemittel inkl. Auftragsnummer und Besonderheiten der Buchung gem. **Vorgaben** an MaMaSo Ad Management admanagement@madsack.de

Göttingen Workflow - *alter Ablauf bleibt bestehen*:

1. Erfassung AdIn oder AdOut in smartMedia
2. Falls nicht vorhanden: Bestellung der Werbemittel über OMS/Redaktion + Meldung Auftragsnummer aus SmartMedia
3. Versand der Werbemittel über OMS - inkl. Auftragsnummer und Besonderheiten der Buchung gem. **Vorgaben** an MaMaSo Ad Management admanagement@madsack.de

Wo erfasse ich Interstitials für das ePaper?

Für die Buchung von Interstitials bitte folgenden Workflow (Hannover) beachten:

1. Prüfen des Platzierungsbuches und Eintragen des Auftrages (durch onlinemarketing@madsack.de)
2. Erfassen des kaufmännischen Auftrags in smartMedia über den Schnelleinstieg (Hinweis: Hier gibt es noch keine Tasche zum Supplement Center)
3. Mail mit Auftragsnummer, Ziel-URL(s) und gestaltetem Werbemittel an onlinemarketing@madsack.de

Göttingen Workflow - *alter Ablauf bleibt bestehen*:

1. Platzierung bei OMS anfragen (onlinemarketing@goettinger-tageblatt.de)
2. Erfassen des kaufmännischen Auftrags in smartMedia über den Schnelleinstieg (Hinweis: Hier gibt es noch keine Tasche zum Supplement Center)
3. Mail mit Auftragsnummer, Ziel-URL(s) und gestaltetem Werbemittel an onlinemarketing@goettinger-tageblatt.de

Kann ich Kampagnen für 0,00€ anlegen?

Nein. Für Hauskampagnen wird es einen zusätzlichen Workflow geben. Sprechen Sie uns an.

Sehe ich die Bonitätswarnung in smartMedia?

Nein. Bislang ist dies noch nicht möglich, aber geplant.

Ich habe eine Fehlermeldung erhalten, finde aber den Fehler nicht, was tun?

Testen Sie, ob Sie durch Schließen und wieder Öffnen wie gewohnt weitermachen können. Falls die Fehlermeldung wieder auftritt, melden Sie sich bitte bei Ihrem Ansprechpartner mit Screenshot und Fallbeschreibung.

Preisänderungen bei Schnelleinstiegen – worauf muss ich achten?

Möchte man den Preis aus einem Schnelleinstieg überschreiben, so muss dieser am Ende mit einem Festpreis (vor Zu- und Abschlag) überschrieben werden.

Achtung: Generell sollten Preise aus Paketen nicht überschrieben werden, damit die Erlöse korrekt auf die einzelnen Produktbestandteile gebucht werden können. Dies gilt nicht für Native Ads, diese dürfen angepasst werden. **Empfehlung für Pakete:** Allgemeiner Einstieg und „Kampagnenvorbelegung“, sodass ich Preis und Als manuell eingeben kann.

Was ist besser: Auftrag ändern oder stornieren?

Wenn Sie Werbemittel eines bereits freigegebenen Auftrages lediglich austauschen möchten, empfiehlt es sich, diesen wieder in Bearbeitung zu setzen und sie auszutauschen, statt den Auftrag zu stornieren und komplett neu anzulegen. Sie müssen dem Ad Management keinen separaten Hinweis geben.

Wie buche ich „Vorkasse“ in smartMedia?

„Vorkasse“ ist in smartMedia nicht buchbar. Wenden Sie sich an auftrag@madsack.de.

Ich bekomme eine Fehlermeldung zur Auftragsprüfung, die sich auf die Zahlungsart bezieht. Was kann ich tun?

Bitte wenden Sie sich mit der betreffenden Fehlermeldung und Auftragsnummer an auftrag@madsack.de. Ein Beispiel:



Ich möchte ein Werbeformat mit mehreren Werbemitteln zur Ausspielung in Rotation buchen. Was muss ich beachten?

Es ist derzeit noch nicht möglich mehrere Werbemittel für ein Werbeformat zu buchen. Auch wenn mehrere Werbemittel in ProCon hochgeladen werden könnten, so wird dem Ad Management nur das erste Werbemittel mit der entsprechenden Zuordnung zum Auftrag, der gewünschten Position und dem Werbeformat übermittelt.

Wenn eine Rotation von Werbemittel gewünscht ist, dies bitte im Buchungshinweis (Reiter „Experte“) der jeweiligen Position angeben und die weiteren Werbemittel als ZIP-Datei, an admanagement@madsack.de unter Angabe der Auftragsnummer, der Position und ggf. auch weiterer Angaben zur eindeutigen Zuordnung, senden.

Eine Lösung, die ZIP-Datei, mit allen rotierenden Werbemitteln, direkt für das entsprechenden Werbeformat hochzuladen ist in Arbeit, bis dahin bitte den hier beschriebenen Weg wählen.

Ich möchte auf hannover.de einen Branchenbucheintrag buchen. Wie geht's?

Das Werbefenster (Branchenbucheintrag) bitte wie folgt buchen:

Buchungstyp: Festplatz (exklusiv)

Werbeform: Werbefenster Silber (= Basis) / Platin (= Plus) / Gold (= Premium)

Hauptportal: hannover.de desktop

Belegung: Sonstiges, Service

Laufzeit: z.B. 22.03.2021 – 21.03.2022

Menge und Mengenart: 365 Tag

The screenshot shows the 'Kampagnenangaben' (Campaign Details) section of the ProCon system. It is divided into several tabs: 'Kampagnenangaben', 'Beraterwahl', 'Experte', and 'Preiskonditionen'. The 'Kampagnenangaben' tab is active and contains the following information:

- Kampagne hinzufügen:** A dropdown menu showing 'Kampagne 1' with a value of '365 Tag'. Below it, details for 'Werbefenster Gold' are listed: Laufzeit: 22.03.2021 - 21.03.2022, Portal: hannover.de desktop, Belegung: Sonstiges, Service.
- Buchung:** A dropdown menu showing 'Festplatz (exklusiv)'.
- Laufzeit, Menge:** A dropdown menu showing '22.03.2021 - 21.03.2022' and another showing '365 Tag'.
- Werbeform:** A dropdown menu showing 'Werbefenster Gold'.
- Portal:** A dropdown menu showing 'hannover.de desktop'.
- Targeting:** A dropdown menu showing 'Zielgruppe:'.
- Belegung:** A dropdown menu showing 'Sonstiges, Service'.
- Umkreis:** A dropdown menu showing 'Umkreis:'.
- Preissteuerung:** A dropdown menu showing 'Preissteuerung:'.

At the bottom of the interface, there is a blue bar with the following elements:

- 995,00 EUR
- Auftrag speichern
- Kampagne kopieren
- Kampagne löschen
- Weiter

Warum passt sich der Targeting-Umkreis in den Kampagnenangaben nicht dynamisch an?

Die Startmaske der Kampagnenangaben ist auf Ihren Heimatstandort konfiguriert. Wenn Sie aus Göttingen beispielsweise haz.de desktop inkl. Targeting-Umkreis buchen möchten, wählen Sie bitte unter „Experte“ die Karte aus und tätigen Sie dort Ihre Eingaben.

The screenshot shows a web interface for 'Kampagne 1'. At the top, there are tabs for 'Kampagnenangaben', 'Beraterwahl', 'Experte', and 'Preisbedingungen'. The 'Experte' tab is active and highlighted in yellow. Below the tabs, the 'Expertenangaben' section is visible. It contains several input fields: 'Umkreis:', 'Postleitzahl:', 'Keyword-Targeting:', and 'Buchungshinweis:'. The 'Umkreis:' field is highlighted with a yellow box, and a 'Karte öffnen' button is visible next to it. The 'Buchungshinweis:' field contains the text 'z. B. Frequency Capping (bitte pro Tag oder pro Kampagne angeben)'.

Wie geht's nach der kaufmännischen Erfassung in smartMedia weiter bei: Sponsored Posts?

Die kaufmännische Erfassung erfolgt in smartMedia. Danach:

Gilt für *Hannover*:

Wichtig: Die Vorlaufzeit für die Erstellung eines Beitragsentwurfs beträgt 3 Werktage, ab dem Zeitpunkt, zu dem alle Informationen und Materialien vollständig angeliefert wurden. Weitere Infos erhalten Sie von den digitalathleten: [Sharepoint](#)

Auszug:

Nachdem ein Sponsored Post verkauft wurde müssen Sie die benötigten Materialien beim Kunden sammeln und vollständig an die digitalathleten (socialmedia@digitalathleten) zu senden.

- Gewünschter Veröffentlichungstermin
- Social-Media-Kanal des Zeitungstitels
- Verkaufspreis & garantierte Reichweite
- Bild/-Videomaterial (keine Bearbeitung!)
 - Facebook: 1200 x 630 (Querformat) px oder 1200 x 1500 px
 - Instagram: 1080 x 1080 (Feed)
- Es muss kein fertiger Text angeliefert werden, jedoch genügend Informationen, damit ein Text erstellt werden kann
- Link zum Social Media Unternehmensseite des Kunden
 - Die Verlinkung ist Pflicht (Vorgabe von Facebook/Instagram), weshalb der Kunde eine offiziellen Social Media Unternehmensseite haben muss
- Zusätzliche Bewerbung (zusätzliches Mediabudget) gewünscht?

Gilt für *Göttingen* - alter Ablauf bleibt bestehen:

Wichtig: Die Vorlaufzeit für die Veröffentlichung eines SP inkl. Der Beitragserstellung beträgt 7 Werktage.

Auszug:

Nachdem ein Sponsored Post verkauft wurde müssen Sie die benötigten Materialien beim Kunden sammeln und vollständig an die OMS (onlinemarketing@goettinger-tageblatt.de) zu senden.

- Gewünschter Veröffentlichungstermin
- Social-Media-Kanal des Zeitungstitels
- Verkaufspreis
- Bild/-Videomaterial (keine Bearbeitung!)
 - Facebook: 1200 x 630 (Querformat) px oder 1200 x 1500 px
 - Instagram: 1080 x 1080 (Feed)
- Es muss kein fertiger Text angeliefert werden, jedoch genügend Informationen, damit ein Text erstellt werden kann
- Link zum Social Media Unternehmensseite des Kunden
 - Die Verlinkung ist Pflicht (Vorgabe von Facebook/Instagram), weshalb der Kunde eine offiziellen Social Media Unternehmensseite haben muss

Warum haben die Native Pakete einen abweichenden TKP?

Die Pakete haben einen Rabatt inklusive. Möchte man ein anderes Volumen verkaufen, muss der TKP derzeit noch manuell berechnet werden.

Native Teaser Paket	Einblendungen	Native Teaser inkl. Beitragserstellung*	Native Teaser als Ad In** oder AdOut
Paket S (inkl. 15% Rabatt)	25.000	640 €	710,-€
Paket M (inkl. 20% Rabatt)	50.000	960 €	1.270,-€
Paket L (inkl. 25% Rabatt)	100.000	1.598 €	2.310,-€

*Native Paket M (3 Teaser, 3 Bilder und ein Text) **bei fertiger Anlieferung

Wie viel muss ich dem Kunden für eine Gestaltung berechnen?

Gilt für Hannover:

Die Gestaltung eines Werbemittels (Standard) muss mit 25,00€ berechnet werden (als separate Position in smartMedia auswählen). Eine individuelle Gestaltung z.B. im CI des Kunden kostet ab 250,00€ - hierzu bitte Kontakt zu freunde@digitalathleten.de aufnehmen. Auch diese Position muss im Auftrag separat erfasst werden.

Gilt für Göttingen:

Die Gestaltung eines Werbemittels (desk/mobile) muss mit 70,00€ berechnet werden (als separate Position in smartMedia auswählen). Eine anspruchsvolle Gestaltung z.B. html-Banner muss der Preis und die Auftragserteilung über OMS (onlinemarketing@goettinger-tageblatt.de) angefragt und beauftragt werden. Auch diese Position muss im Auftrag separat erfasst werden.

Wie erfasse ich DOOH-Kampagnen?

Die Pakete haben einen Rabatt inklusive.

- Angebot (mit detaillierter Standortaufstellung) und Auftrag (techn.) über dooh.eu (Zugänge müssten vorhanden sein, bei Bedarf nach Benutzernamen oder neuem Kennwort → Mail an account@dooh.de)
- Angebot (kfm.) kann alternativ über smartMedia natürlich auch erstellt werden
- Ideal: Kunde stellt Werbemittel zur Verfügung (Alternativ: Erstellung des Werbemittels über ViVa-Klassik (s. Anhang) oder DA?)
- Auftrag (kfm.) über smartMedia (Paket „DOOH Mediabox“)
- Fragen zur Gestaltung? [Hier klicken](#)

Ich möchte nachträglich ein Werbemittel ändern, wie erfährt das Ad Management von der Änderung?

Das typische Beispiel sind Jahresbuchungen. Sie haben eine monatliche Buchung und möchten im Laufe des Jahres Ihre Werbemittel aktualisieren. Sie gehen wie folgt vor:

Sie nehmen wie üblich die „Freigabe“ zurück und setzen den Auftrag „in Bearbeitung“.
Anschließend:

- Vollvorlage: Unter „Werbemittel“ tauschen Sie die Werbemittel aus und vermerken dies unter „Experte“ im Buchungshinweis. So weiß das Ad Management, dass Sie das Werbemittel tauschen möchten bzw. dass sich etwas geändert hat.

The screenshot shows a web interface for 'Kampagne 1'. At the top, there are four tabs: 'Kampagnenangaben', 'Beraterwahl', 'Experte', and 'Preiskonditionen'. The 'Experte' tab is selected and highlighted with a blue underline. Below the tabs, the section 'Expertenangaben' is visible. It contains several input fields: 'Umkreis:', 'Postleitzahl:', and 'Keyword-Targeting:'. The 'Buchungshinweis:' field is filled with the text '25.03.2021 - Änderung des Werbemittels'.

- Gestaltung: Beauftragen Sie eine Korrektur über „Gestaltung“, wird das Ad Management automatisch informiert.

Zum Abschluss nicht vergessen, wieder die „Freigabe“ des Auftrages zu erteilen. Eine zusätzliche Erinnerungs-E-Mail ist nicht notwendig.