

GEWINNSPIEL FREUNDIN.DE

KONDITIONEN UND SPEZIFIKATIONEN

BCN.

GEWINNSPIEL FREUNDIN.DE KONDITIONEN



Anmutungsbeispiel

Präsentation des Gewinnspiels

Das Gewinnspiel wird durch einen Teaser in der Gewinnspielrubrik angekündigt. Dieser verlinkt direkt auf das Gewinnspiel.

Look

Das Gewinnspiel wird redaktionell anmutend umgesetzt. Das feste Layout entspricht der Erscheinung der einzelnen Seiten und wird nicht individuell angepasst.

Inhalt

Text (2.000 Zeichen inkl. Leerzeichen) mit Beschreibung des Gewinns, zwei Bildern (ein Aufmacher- und ein Artikelbild) Integration von Logo und Link. Das komplette Material wird vom Kunden angeliefert. Das Teilnahmeformular wird gestellt. Der Kunde bekommt im Anschluss die Gewinnerdaten und benachrichtigt diese.

GEWINNSPIEL FREUNDIN.DE

KONDITIONEN



The image shows two screenshots from the freundin.de website. The left screenshot is a 'Teaser Gewinnspielrubrik' (contest announcement) featuring a green clover background and a grid of contest thumbnails. The right screenshot is a 'Gewinnspielartikel' (contest article) for 'Party-Set und Mini-Kühlschrank gewinnen'. It includes a title, a main image of a party set, a list of prizes, and a registration form with fields for name, email, and phone number.

Laufzeit

Vorlaufzeit: 2 Wochen

Laufzeit des Gewinnspiels: immer 4 Wochen

Kosten

Der Mindestgewinnwert auf freundin.de liegt bei 600 €. Hinzu kommt der Gesamtpreis des Gewinnspielangebots von 6.000€. Diese sind nicht AE- und Rabattfähig. Im Preis sind drei Korrekturschleifen beinhaltet, jede weitere kostet 200 €.

Anmutungsbeispiel

GEWINNSPIEL FREUNDIN.DE

SPEZIFIKATIONEN

Bilder

Format: jpeg

mit Creditangabe und ggf. Bildunterschrift (max. 40 Zeichen)

Teaserbild (Übersichtsseite): 1.800 x 1.000 px

Aufmacherbild (Artikel): 865 x 650 px

Inlinebild on top möglich (Artikel): 865 x 650 px

Text

Dachzeile:

Ist bedingt durch das Anzeigen-Format. Es heißt immer ‚GEWINNSPIELE : ANZEIGE‘

Head:

Bitte möglichst kurz und kreativ - zu lange Headlines brechen das Layout und sind optisch, sowie online-technisch problematisch.

Teaser:

Maximal drei Zeilen, die - im Fall von Gewinnspielen - Lust auf den Gewinn machen. Im besten Fall ist dort auch schon in aller Kürze und grob aufgeführt, was es zu gewinnen gibt.

Anrede:

freundin und damit auch freundin.de spricht UserInnen mit Sie an.

Fließtext:

Max. 2.000 Zeichen inkl. Leerzeichen als Word-Dokument.

Aus Usability-Gründen sollte dem PR-Text zu Marke und Produkt noch ein kurzer Abschnitt mit der gefetteten Überschrift "Zu gewinnen" (oder ähnliches) folgen, in dem ganz deutlich zu lesen ist, was es zu gewinnen gibt. Als netter Zusatz-Fact für den User gerne noch mit dem entsprechenden Warenwert-Vermerk.