



Sponsored Post mit Videoeinbindung

Innerhalb des Sponsored Post wird ein Video sowohl in der Teasermeldung auf der Startseite des Informationsportals als auch im ausführlichen Unternehmensbeitrag innerhalb einer thematisch passenden Rubrik eingebunden. Das Video startet bei Aufruf der Seite und des Beitrages automatisch und erhöht die Aufmerksamkeit auf den Sponsored Post.

Ideal für

- Branding
- Neue und erklärungsbedürftige Produkte/Dienstleistungen, die visualisiert einen nachhaltigeren Eindruck hinterlassen
- Zielgruppenspezifische Ergänzung einer Videokampagne auf sozialen Medien
- Unternehmens- und Produktpräsentation
- Nachbetrachtung erfolgreicher Messe-, Kongress- oder Unternehmensveranstaltungen

Ihre Vorteile auf einen Blick

- Hohe Aufmerksamkeit durch Bewegtbild
- Emotionalität wird über Bild und Ton besser transportiert
- Komplizierte Sachverhalte werden veranschaulicht

Produktfeatures

- Video startet automatisch innerhalb des Sponsored Post, Ton muss aktiviert werden
- Empfohlene Laufzeit: max. 15 Sekunden
- Auch Videos von YouTube und Vimeo können eingebunden werden (eingeschränktes Reporting)

Technische Voraussetzungen

- Dateiformat: MP4
- Auflösung Querformat: Full HD (1920x1080 Pixel)
- Seitenverhältnis Querformat: 16:9
- Auflösung Vertikal (für mobile Ausspielung): Full HD (1080x1920 Pixel)
- Seitenverhältnis Vertikal: 9/16
- Video-Codec: H.264
- Framerate: 30 fps
- Bitrate: 3–5 Mbit/s
- Audio-Codec: AAC
- Minimale Audio-Bitrate: 192 Kbit/s
- Audio Abtastrate: 44,1 kHz oder 48 kHz

Empfohlene Kombinationsangebote

- Content Hub (inkludiert einen Sponsored Post und 4 aufeinanderfolgende Unternehmensmeldungen im Newsletter mit Verlinkung auf Unternehmensbeitrag)
- Medienarbeit in Printtitel
- Unternehmensprofil
- Social Media Spreading