

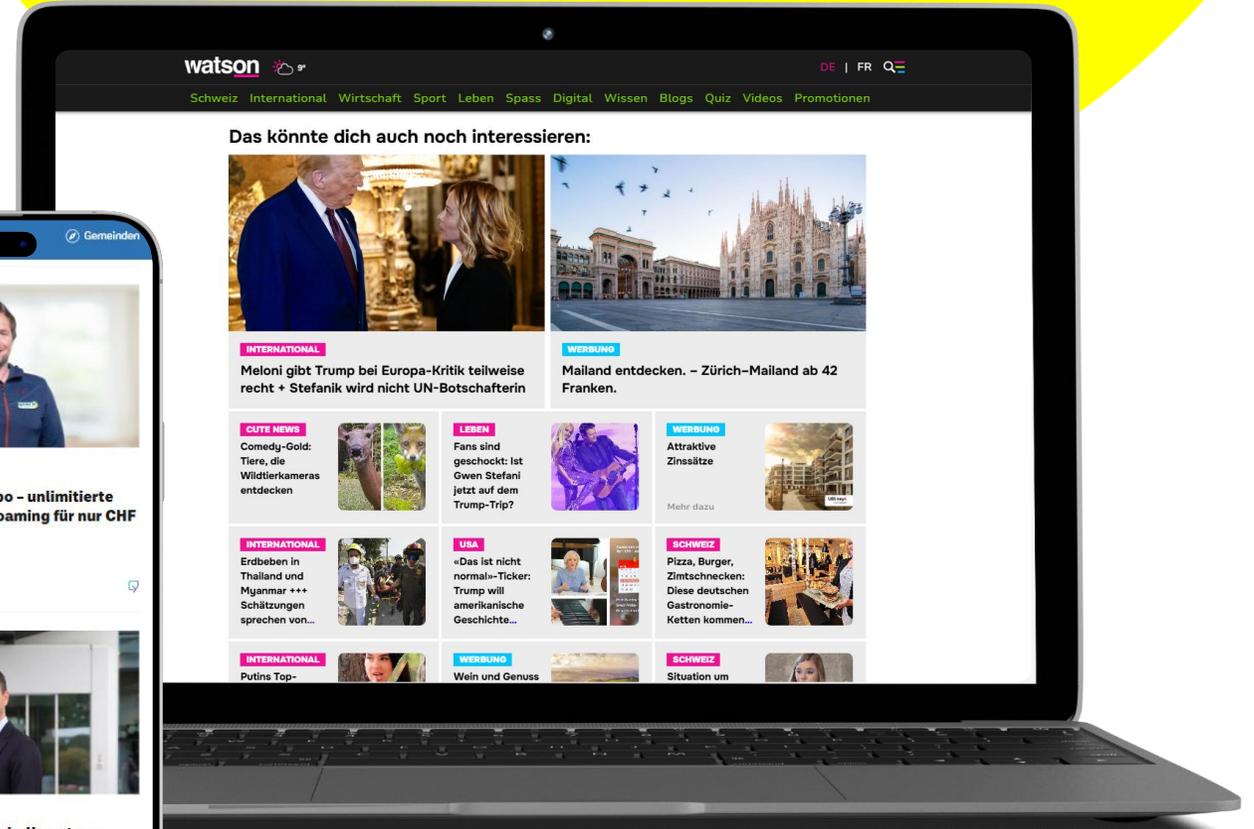
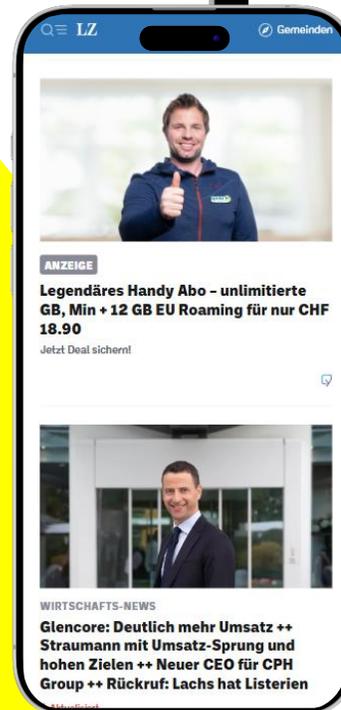
PREMIUM KLICK

Zahle nur für tatsächliche Klicks.

Mit Premium Klick sammelst du Klicks mit einer Native-Platzierung, welche nahe am redaktionellen Inhalt gestaltet ist.

Du verlinkst direkt auf dein Angebot und es wird pro Klick abgerechnet.

Klickpreis auf Anfrage.



ANGEBOT & SPEZIFIKATIONEN

Pricing-Empfehlung* (CPC)

Q1 / Q2
CHF 1.50 – CHF 2.00

Q3
CHF 2.00 – CHF 2.50

Q4
CHF 2.50 – CHF 3.00

Video- und Device-Zuschlag
+ 0.50

Zuschlag für FR Traffic
(nur watson)
+ 0.25

Spezifikationen (statisch)

Teaserbild
640x360px (16:9) + 500x500px (1:1)

Layout A
Teasertitel max. 25 Zeichen,
Teasertext max. 70 Zeichen
Call to Action max. 20 Zeichen

Layout B
Teasertitel max. 40 Zeichen,
Call to Action max. 20 Zeichen
(CTA wird von Layout A übernommen)

Format
JPG/JPEG/PNG/BMP/SVG

Gewicht
max. 250 KB

Spezifikationen (Video)

Auflösung
640x360px (16:9)

Layout A
Teasertitel max. 25 Zeichen,
Teasertext max. 70 Zeichen
Call to Action max. 20 Zeichen

Layout B
Teasertitel max. 40 Zeichen,
Call to Action max. 20 Zeichen
(CTA wird von Layout A übernommen)

Format
MP4

Gewicht
max. 1 MB

Dauer
10 bis max. 15 Sekunden

Produktion

[Werbemittel hier erstellen](#)
und diese direkt an uns
übermitteln.

Wir empfehlen 8 Sujets.

Preview

[Beispiele hier anschauen](#)



Vorlaufzeit: 5 Arbeitstage / *nicht Rabatt berechtigt. Inkl. DBE aber ohne BK. Farbige und aussagekräftige Bilder sind empfohlen. Grafiken, Zeichnungen und Piktogramme vermeiden. Animationen, Logos und Text im Bild sind nicht erlaubt. Keine garantierte Auslieferung. Die Kampagne kann jederzeit beidseitig gestoppt werden, es werden die effektiv ausgelieferten Klicks abgerechnet. Bei einer CTR unter 0.05% wird die Kampagne automatisch nach drei Tagen gestoppt.

Nur buchbar im CH Media Netz und in den Netzen CH Media Nordwestschweiz, CH Media Zentralschweiz, CH Media Ostschweiz (Sitelists auf Anfrage)

DO'S AND DON'TS PREMIUM KLICK



WERBUNG

AKB Förderprogramm – Ihr Nachhaltigkeitsvorhaben
– unser Förderprogramm für KMU



WERBUNG

Bologna entdecken. – Zürich–Bologna ab 56
Franken.



Bilder mit Menschen verwenden

Menschen fühlen sich von anderen Menschen angezogen –
Nahaufnahmen mit klarem Fokus funktionieren besonders gut.



Farben gezielt einsetzen

Kräftige Farben stechen hervor und ziehen die Aufmerksamkeit
auf sich, während blasser oder schwarz-weiße Bilder leicht
untergehen.



Native Look & Feel wahren

Die Anzeige sollte sich nahtlos ins redaktionelle Umfeld einfügen,
ohne wie klassische Werbung zu wirken.



Mehrere Sujets anliefern

Um dem Adserver Optimierungsspielraum zu gewährleisten
empfehlen wir pro Kampagne und Sprache 3 bis 8 Sujets
einzusetzen.



Unruhige oder überladene Bilder verwenden

Detailreiche, chaotische Motive wirken in kleinen Formaten
unübersichtlich und lenken vom Kern der Botschaft ab.



Text oder Overlays ins Bild einfügen

Bilder sollen für sich sprechen – Textüberlagerungen stören und
sind nicht erlaubt.



Clickbait-Headlines verwenden

Überschriften sollten neugierig machen, aber keine übertriebenen
Versprechen enthalten oder künstlich dramatisiert sein.



Übertrieben werblich formulieren

Übertriebene Formulierungen und aufdringliche Call-to-Actions
wirken abschreckend – subtil und authentisch ist besser.