

# Mediadaten



**Das Informationsportal für verantwortungsbewusste, kompetente, laienverständliche Gesundheitsaufklärung und aktuelle Informationen**

**Geschlossene Portale für Heilberufe sind im Aufbau und werden redaktionell bearbeitet**

## Redaktionsprofil

Das Portal bringt verantwortungsbewusste, kompetente und laienverständliche Gesundheitsaufklärung, aktuelle Informationen, eine Fülle von Tipps u. Ratschlägen für den Alltag, aber auch unterhaltende Beiträge. Glaubwürdigkeit, Aktualität und Unabhängigkeit sind die Eckpfeiler des redaktionellen Angebotes.

Der große Bereich Gesundheit wird bei **apotheker aktiv** zurzeit in sieben Themensegmenten angesprochen. Das "Titelthema" präsentiert in die Tiefe gehend, mit hohem Seitenaufwand, aktuelle gesundheitliche, medizinische und wissenschaftliche Zusammenhänge.

Im Segment „Standespolitik“ werden Information und politische Entscheidungen zum Gesundheitswesen wiedergegeben.

Im Segment "Wissenschaft" werden neue Studien und Forschungsergebnisse sowie Produkte vorgestellt und bewertet.

Informatives und Neuerungen rund um das Thema Wellness und Schönheit finden Interessenten im Segment "Neue Produkte".

Konkrete Lebenshilfe, Produkte und Neueinführungen aus allen Gesundheitsbereichen bietet das Segment "Praxistipps".

Im Thementeil "Reisen und Hotel" werden Hotels und Urlaubsreisen, insbesondere aus dem Bereich Wellness-Angebote vorgestellt.

"Kunst und Buch" rundet den kulturellen Informationsbedarf der Besucher ab.

## Zielgruppen

**apotheker aktiv** wendet sich einerseits in verstärkter Masse an Endverbraucher, und andererseits an Apothekenleiterinnen und Apothekenleiter sowie pharmazeutisches Fachpersonal. Angesprochen werden zudem weitere Heilberufe und deren Mitarbeiter.

## Werbelösungen

Werbung auf **apotheker aktiv** verschafft ein hohes Maß an Aufmerksamkeit. Zum einen durch standardisierte Werbeformen, wie klassische Bannerwerbung, die durch ihre Wandlungsfähigkeit und einfache Handhabung nach wie vor die effektivste Werbeform im Netz ist. Zum anderen bietet diese Werbemöglichkeit Vorteile, durch die Nutzung individueller Werbeformen und innovativer Technologien.

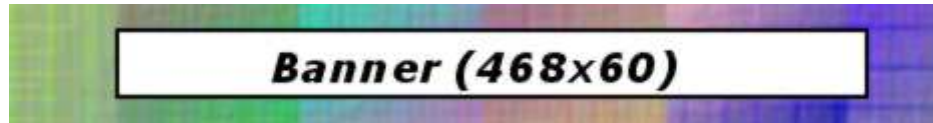


Zur Verfügung stehen die Werbeformen:

- »» Banner
- »» Superbanner,
- »» Promotionsfläche
- »» Skyscraper
- »» Content Ad/Rectangle
- »» Wallpaper.

## **Banner**

Banner haben die klassische Größe 468 x 60 Pixel.



## **GIF-Banner**

Einsetzbar sind statische und animierte Gif-Motive. Die Dateigröße liegt bei max. 15 KB, um einen schnellen Werbemittelkontakt herzustellen.

## **Flash-Banner**

Um ein Flash-Banner zu schalten, benötigen wir die swf-Datei (max. 20 KB), ein alternativ anzuzeigendes Gif-, Jpeg- oder Png-Banner (max. 15 KB), die Ziel-Adressen und ggf. den Alt-Text.

Wenn das Flash-Plugin fehlt wird das alternative Gif-Banner ausgeliefert. Die Installations-Aufforderung für ein Plugin gehört somit der Vergangenheit an.

Beachten Sie bitte folgendes für Sound:

»Der Sound darf nur durch User-Aktion (Klick) aktiviert werden. Dieses ist durch die Worte Sound on/Ton an und/oder einen grafischen Lautsprecher zu realisieren. Der User muss immer die Möglichkeit haben, den Sound selbst ab- und anzuschalten, unabhängig von der Länge des Sound-Elements.

»Sound darf nicht in einem Loop abgespielt werden.

»Sound darf niemals per MouseOver gestartet werden.

## **Superbanner**

Superbanner haben eine Größe von 728 x 90 Pixel. Formatvariiierungen sind in begrenztem Umfang möglich.



Sie zeichnen Ihre Werbung somit durch überdurchschnittliche Größe aus.

Sie erhalten bei Alleinplatzierung in der Bannerleiste die gesamte Aufmerksamkeit der User auf dieses großartige Format.

Neben Gif-, Jpeg- und Png-Standardbannern besteht auch die Möglichkeit der Einbindung von Richmedia-Formaten wie z.B. HTML oder Flash.

Die Dateigröße darf 20 KB (gif) bzw. 30 KB (Flash) nicht übersteigen.

## **Promotionfläche**

Die Promtionsfläche hat eine Größe von 143 x 137 Pixel.  
Formatvariiungen in der Höhe sind möglich.



Neben Gif-, Jpeg- und Png-Standardbannern besteht auch die Möglichkeit der Einbindung von Richmedia-Formaten wie z.B. HTML oder Flash.

Die Dateigröße darf 20 KB nicht übersteigen.

## **Skyscraper**

Skyscraper sind wolkenkratzerähnliche hochformatige Werbeflächen, die in der Regel rechts neben dem Content platziert sind und vertikal über den gesamten Bildschirm laufen können.

Das Skyscraper-Format begleitet den User bei seinem Lesevorgang über die gesamte Seite, ohne ihn zu stören. Die außergewöhnliche Größe sorgt für eine hohe Aufmerksamkeit und bietet genügend Raum und Platz für kreative Werbebotschaften.

Neben Gif-, Jpeg- und Png-Standardbannern besteht selbstverständlich die Möglichkeit der Einbindung von Richmedia-Formaten wie HTML oder Flash.

Die Dateigröße darf 25 KB bei Images und

30 KB bei Flash nicht übersteigen.



## **Content Ad/RectAngle**

Content Ads haben eine Größe von 200 x 300 Pixel. Formatvariiierungen sind in bestimmten Umfang möglich. Content Ads werden direkt im redaktionellen Umfeld einer Website platziert und sind an mindestens drei Seiten von Redaktion umgeben.

Durch die Integration in den Contentbereich wird eine starke Aufmerksamkeit für die Werbebotschaft erzielt. Content Ads sind vergleichbar mit Inselanzeigen im Printbereich.



Neben Gif-, Jpeg- und Png-Standardbannern besteht die Möglichkeit der Einbindung von Richmedia-Formaten wie HTML oder Flash.

Die Dateigröße darf 20 KB (gif) bzw. 30 KB (Flash) nicht übersteigen.

## **Wallpaper**

Wallpaper sind Hintergründe, die das CI-Konzept des Werbekunden transportieren und somit den Wiedererkennungswert erhöhen. Die Einfärbung erfolgt am oberen und am rechten Seitenrand nach Vorgabe des Kunden.

Die Gestaltung des Hintergrunds kann als Kombibuchung mit einem oder mehreren Werbeformaten erfolgen. Alle Elemente werden exklusiv eingebunden und sind bei jedem Seitenaufruf sichtbar.

Die Werbeform Wallpaper ist unter Windows/Internet Explorer komplett klickbar. Damit verzahnt das Wallpaper Imagewirkung mit den Möglichkeiten zur Transaktion.

Alle zum Wallpaper gehörenden Dateien dürfen zusammen nicht größer als 60 KB sein. Sound-Elemente dürfen nicht eingesetzt werden. Wenn Flash-Dateien eingesetzt werden, ist es wichtig, dass für die Nicht-Flash-User Fallback-Images angeliefert werden. Vor Anlieferung sollte die Gesamt-CPU-Last aller Motive getestet werden. *Die CPU-Last darf 10% nicht übersteigen.* So ist gewährleistet, dass das Surfverhalten des Users (auch bei langsamen Rechnern) in keiner Weise eingeschränkt ist.

Empfohlen werden der Macromedia-Standard von 10-15 Frames per Second und der Verzicht von rekursiven Schleifen. Wenn Action-Scripte verwendet werden sollen, ist eine gesonderte Mitteilung erforderlich.

## Preise

Die Preise für die Platzierung von Werbung richten sich nach dem gewünschten Werbeformat, der Platzierung, dem Datentyp und der Anzahl an Seiten, auf denen Werbung geschaltet werden soll.

Standardflächen für Werbung sind erhältlich auf der Start- sowie den einzelnen Themenseiten. Wird eine Werbung auf der Start- oder einer Themenseite gebucht, so kann das gleiche Werbeformat mit dem gleichen Inhalt auch auf weiteren Themenseiten als Folgeseite gebucht werden.

Alle Werbeformate können auch für den Gesamtauftritt gebucht werden.

Format Superbanner Erscheinung	Startseite EUR	Themenseite EUR	Folgeseite EUR	Gesamtauftritt EUR
1 Monat	600,00	400,00	500,00	1.000,00
3 Monate	1.600,00	1.000,00	1.200,00	2.600,00
6 Monate	2.800,00	1.400,00	1.600,00	4.800,00
12 Monate	4.000,00	2.000,00	2.400,00	6.800,00

Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen MwSt.

Weitere Preise auf Anfrage

Obenstehende Preise gelten für Image-Ads incl. animierter GIF's. Preise für RichMedia-Ads, z.B. Flash-Animationen auf Anfrage. Alle Preise zzgl. Gesetzlicher MwSt.

## Hinweise zur Banneranlieferung

Um die Werbemittel reibungslos und schnell platzieren zu können wird die Anlieferung wie folgt benötigt:

- **3 Werktage bei Image-Ads bzw.**
- **5 Werktage bei RichMedia-Ads vor Erscheinen**
- **5 Werktage bei Wallpapern**

- **bis 14:00 Uhr** folgende Details per E-Mail:
- Kundenname
- Kampagnenname
- Zeitraum pro Motiv
- Werbeträger und Belegungseinheit
- Werbemittel
- Ansprechpartner für Rückfragen (E-Mail und Telefon)

Bitte schicken Sie diese Angaben sowie die technischen Daten der jeweiligen Werbeformen an: [info@apotheke-aktiv-online.de](mailto:info@apotheke-aktiv-online.de).

Bei Sonderwerbeformen und technischen Innovationen ist eine zeitige Anlieferung (mind. 5 Werktage vor Erscheinen) erforderlich, damit erforderliche Tests und Anpassungen möglich sind. Der zeitliche Aufwand kann, je Einzelfall stark variieren, so dass hier eine Sonderabsprache erforderlich werden kann.

### **Aktuell: Aufschlag für technische Zusatzkosten:**

Maximale technische Größen für Werbemittel sind aus der Rubrik Werbeformen/Maximale Dateigrößen (z.B. 30 KB für Superbanner, Skyscraper, Content Ads) ersichtlich.

Für Werbemittel, welche die angegebenen Größen überschreiten, können technische Zusatzkosten anfallen.

## **Kontakt**

### **Anzeigenredaktion:**

Telefon: 069-312464 – Telefax: 069-313335

E-Mail: [redaktion@apotheke-aktiv.de](mailto:redaktion@apotheke-aktiv.de)

**Ansprechpartner:** Alexandra Schäfer, Andreas Lehmann

Webmaster: ubvm, Fulda – Volker Merz – e-mail: [info@ubvm.de](mailto:info@ubvm.de)

**apotheke-aktiv** ist ein Produkt der  
IHN – International Health Network GmbH  
Borsigallee 21, 60388 Frankfurt

Bankverbindung: Volksbank Höchst, Frankfurt - BLZ: 501 903 00 - Konto-Nr.: 100469006

Registriert bei AG Frankfurt HRB 76826 Steuernummer 045 224 10696 Ust.-ID-Nr.: DE 045 224 10696

Beiratsvorsitzender Otto Späth, Geschäftsführer Helga Fritsch