

Ihr Sonderformat im Stellenmarkt der Berliner Morgenpost

Der **KARRIERETIPP** ist das maßgeschneiderte Umfeld für Ihren redaktionellen Input. Diese wirkungsvolle Werbeform hebt sich durch die redaktionelle Anmutung von den klassischen Anzeigenformaten ab.

Der **KARRIERETIPP** erscheint als Advertorial an einem Samstag im redaktionellen Umfeld der **KARRIERE**-Beilage: Profitieren Sie dabei von der Anziehungskraft des größten Stellenmarktes Berlins¹ und erreichen Sie 233.000 Leser und Leserinnen² in Berlin und Brandenburg.

Stellen Sie Ihre Karrieremöglichkeiten und -angebote ausführlich vor!

Eckdaten

Erscheinungstermin: ein Samstag Ihrer Wahl³

Platzierung: innerhalb der Beilage **KARRIERE** im redaktionellen Umfeld (auf Wunsch auch im Sonderthema)

Anzeigenschluss: 2-3 Wochen vor Erscheinen

Gestaltung: Die Gestaltung erfolgt im Verlag mit Ihrem Text- und Bildmaterial.

Unsere Sonderthemen-Redaktion unterstützt Sie gern bei der Konzeptionierung.

Formate und Preise (alle Farbigkeiten)

- 1/1 Seite** (Tabloid, B 248 mm x H 370 mm) **4.050,00 €**
- 1/2 Seite** (Tabloid, B 248 mm x H 172 mm) **2.035,00 €**

Auf Wunsch und gegen Aufpreis kann der KARRIERETIPP auch online auf morgenpost.de/karriere veröffentlicht werden.

Ihre Ansprechpartner:

Ralf Bielefeldt
 Telefon: 030 / 8872 - 77608
 E-Mail: ralf.bielefeldt@mediacheckpoint.berlin

Alle Preise gelten zzgl. USt. und sind AE-fähig. Es gilt die Ergänzung zur Preisliste der Berliner Morgenpost Nr. 58, gültig ab 01.01.2019. Vermarkter der Berliner Morgenpost ist MCB MEDIA CHECKPOINT Berlin GmbH, ein Tochterunternehmen der Berliner Morgenpost. Stand 02.01.2019.

¹ 67 % Hügel-Anzeigenstatistik 1–10/2017, Anzeigenstückzahl Stellenangebote am Haupterscheinungstermin, Vergleich Berliner Abonnementzeitungen. ² b4p 2018 I, Gesamt ³ bei Wunschterminen: Reservierung empfohlen. Advertorials auf Wunsch auch im Sonderthema platzierbar.

Ihr Unternehmen

Im Einsatz für Berlin

ENWIRTSCHAFTSBEIRAT DER BERLINER FEUERWEHR

Immer höher hinaus
 Feuerwehrliebe können sich zu Spezialisten weiterbilden lassen, gefolgt von...
Feuerwehrliebe
 Feuerwehrliebe können sich zu Spezialisten weiterbilden lassen, gefolgt von...
Feuerwehrliebe
 Feuerwehrliebe können sich zu Spezialisten weiterbilden lassen, gefolgt von...

Beispiel 1/1 Seite

Bachelor & Master Extra | S 7

Durch Klage zum Studienplatz

Wie Gerichte zu urteilen, kann sich können. Wussten Abiturienten nicht, dass...
Wie Gerichte zu urteilen, kann sich können. Wussten Abiturienten nicht, dass...

Ihr Unternehmen

Im Einsatz für Berlin

ENWIRTSCHAFTSBEIRAT DER BERLINER FEUERWEHR

Immer höher hinaus
 Feuerwehrliebe können sich zu Spezialisten weiterbilden lassen, gefolgt von...
Feuerwehrliebe
 Feuerwehrliebe können sich zu Spezialisten weiterbilden lassen, gefolgt von...
Feuerwehrliebe
 Feuerwehrliebe können sich zu Spezialisten weiterbilden lassen, gefolgt von...

Beispiel 1/2 Seite

Bachelor & Master Extra | S 7

Durch Klage zum Studienplatz

Wie Gerichte zu urteilen, kann sich können. Wussten Abiturienten nicht, dass...
Wie Gerichte zu urteilen, kann sich können. Wussten Abiturienten nicht, dass...

Technische Vorgaben

Ganzseitiges Advertorial

Format: B 248 mm x H 370 mm

Textlänge

Für den Text stehen Ihnen mindestens 3.000 und maximal 6.000 Zeichen (inklusive Leerzeichen) zur Verfügung. Das Advertorial besteht dabei aus einem Haupttext und einem Infokasten (siehe Abbildung links).

Je mehr Zeichen Sie nutzen, desto weniger Raum ist für ein seitentragendes Bild oder mehrere kleine Bilder verfügbar.

Es sind aber auch andere Kombinationen möglich (längerer Text + 1 Infokasten bzw. kürzer Text und 2 längere Infokästen etc.).

Halbseitiges Advertorial

Format: B 248 mm x H 172 mm

Textlänge

Für den Haupttext und den Infokasten haben Sie maximal 3.500 Zeichen (inklusive Leerzeichen) zur Verfügung.

Allgemeine Informationen und Kontakt

Wählen Sie für den Haupttext eine ansprechende Headline / Überschrift und bündeln Sie die konkreten Informationen, wie bspw. Ansprechpartner, Kontakt, etc. im Infokasten. Wichtig ist ein gutes Bild mit einer Mindestauflösung von 3.600 x 2.400 Pixel.

Produktionszeiten: Das Advertorial muss spätestens bis zum Mittwoch der Woche, in der es erscheint, von Ihnen freigegeben werden. Zusendung der Unterlagen spätestens 2 Wochen vorher.

Material: Je genauer die Vorgaben, desto einfacher ist die Umsetzung. D.h. wir benötigen einen Haupttext, möglichst mit Zwischenzeilen und einen Text für den Info-Kasten.

Fotomaterial: Fotos als jpg-Dateien mit einer Größe von 3.600 x 2.400 Pixel, für Köpfe reichen auch 1.200 x 900 Pixel. Logos bitte als eps oder jpg-Dateien in großer Auflösung.

Materialversand an: Die gesammelten Daten gehen an ralf.bielefeldt@mediacheckpoint.berlin