

LINKEDIN PUSH SPEZIFIKATIONEN

www.lebensmittelzeitung.net

Lebensmittel
Zeitung

IHR LINKEDIN PUSH

WISSENSWERTES

- / Auf den folgenden Folien finden Sie eine Übersicht aller Bestandteile (inkl. Spezifikation) für Ihre Social Media Push Kampagne mit der Lebensmittel Zeitung.
- / Gerne übernehmen wir die inhaltliche Erstellung für Sie. Hierfür benötigen wir lediglich Bildmaterial und ein kurzes Briefing.
- / Sie haben bereits passende Inhalte, die Sie einsetzen möchten? Dann übermitteln Sie diese bitte bis spätestens 5 Werktage vor Kampagnenstart an Ludwig Hinkel (hinkel@lebensmittelzeitung.net). Er koordiniert mit Ihnen die weitere Umsetzung Ihrer Kampagne.

Ludwig Hinkel

Senior Product Manager Digital

+49 69 7595-2536

hinkel@lebensmittelzeitung.net

ANMERKUNGEN:

- / Texte unformatiert als Word.doc (nicht als PDF)
- / Min. 1 Bild (empfohlen bis zu 5)
- / Einen Ansprechpartner für das Community-Management, um fachgerecht auf Kommentare und Nachrichten reagieren zu können.
- / Sie benötigen frische Ideen oder Hilfe bei der Auswahl oder der Erstellung der Inhalte? Profitieren Sie von unserer Erfahrung! Lassen Sie uns gerne vorab über Ihre Ziele und Wünsche hinsichtlich des Advertorials sprechen.

ACHTUNG!

Bitte beachten Sie, dass wir für das Community-Management einen Ansprechpartner benötigen.

DAMIT IHR INHALT ZUM ERFOLG WIRD



MEHRWERT BIETEN:

Inhalte soll Wissen und Informationen vermitteln.



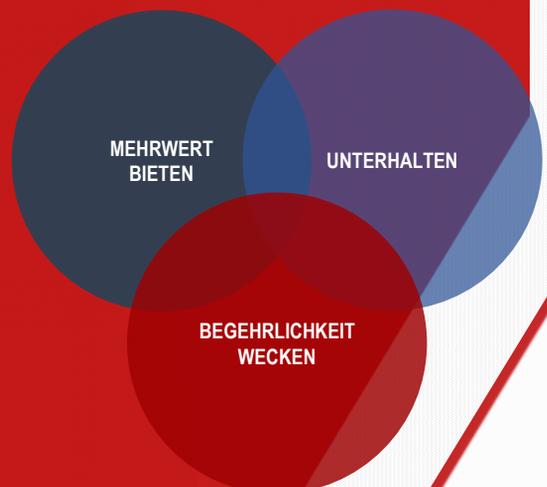
UNTERHALTEN

Die Inhalte sollten die Zielgruppe zum lächeln oder Nachdenken anregen.



BEGEHRICHKEIT WECKEN

Die Inhalte sollen ein „das will ich haben Gefühl“ auslösen.



ANFORDERUNGEN FÜR ANZEIGEN

BESTANDTEILE UND EMPFEHLUNGEN

Ein **LinkedIn Push** besteht immer aus einem **organischen Post** und mehreren **Anzeigen** (bis zu **5 empfohlen**). Wir unterstützen Sie gerne bei der Erstellung oder Sie liefern uns alle erforderlichen Inhalte. Wir benötigen **Texte und Bilder**.

1. Text:

- / **Länge für Anzeigen mit Klick-Ziel:** 150–250 Zeichen
- / **Maximale Textlänge:** Bis zu **600 Zeichen** (inklusive Leerzeichen) – sinnvoll für Anzeigen ohne Klick-Ziel, die ihre Botschaft direkt vermitteln. Wir empfehlen dennoch, unter 600 Zeichen zu bleiben.
- / Für den **organischen Beitrag** kann ein ausführlicherer Text bereitgestellt werden – hier gibt es **keine Zeichenbegrenzung**.

2. Bild:

- / **Empfohlenes Format:** 1.200 x 627 px
- / Alternativ 1.080 x 1.080 px
- / Für eine **vielfältige Anzeigenkampagne** empfehlen wir die Bereitstellung mehrerer Bilder.
- / Alternativ können **3–5 Anzeigen mit demselben Bild, aber unterschiedlichen Texten** erstellt werden.

3. Landingpage:

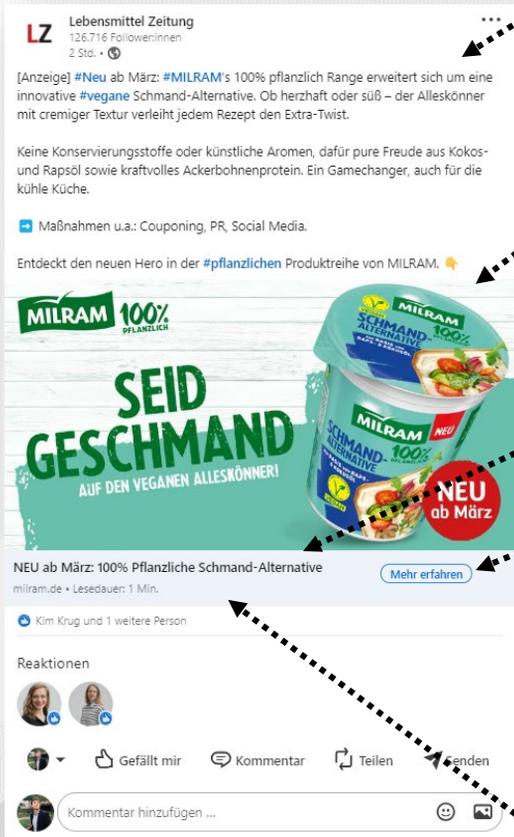
- / Eine **verlinkbare Landingpage** ist erforderlich.

Zusätzliche Optionen:

- / Zur **Beitragserstellung** können Sie uns eine **Pressemitteilung, Landingpage oder eine andere Textform** zur Verfügung stellen, auf deren Basis wir die Anzeigen erstellen.
- / Wir benötigen lediglich **passende Bilder**.
- / Bitte liefern Sie die Inhalte bis spätestens **5 Werktage vor der Schaltung**.

ANFORDERUNGEN FÜR ANZEIGEN

WIE SIEHT DAS AUS?



Text:

- ✓ Mit Klick-Ziel: 150–250 Zeichen
- ✓ Ohne Klick-Ziel: Bis zu 600 Zeichen
- ✓ Organischer Beitrag: Keine Zeichenbegrenzung

Bild:

- ✓ Empfohlenes Format: **1.200 x 628 px**
- ✓ Alternativ **1.080 x 1.080 px**
- ✓ Mehrere Bilder für Vielfalt empfohlen
- ✓ Alternativ: 3–5 Anzeigen mit demselben Bild, aber unterschiedlichen Texten

Überschrift

- ✓ Überschrift: 70 Zeichen

Call-to-Actions (CTAs)

- ✓ Mögliche CTA-Buttons:
 - / Bewerben
 - / Herunterladen
 - / Angebot ansehen
 - / Mehr erfahren
 - / Anmelden
 - / Abonnieren
 - / Registrieren
 - / Mitglied werden
 - / Teilnehmen
 - / Demo anfordern

Landingpage & URL

- ✓ Verlinkbare Landingpage erforderlich
- ✓ URL-Anforderungen:
 - / Präfix: http:// oder https://
 - / Max. Länge: 2.000 Zeichen

CHECKLISTE

HABEN SIE AN ALLES GEDACHT?

TEXTBESTANDTEILE

- ÜBERSCHRIFT**
max. 70 Zeichen inkl. Leerzeichen
- EINLEITENDER TEXT**
max. 600 Zeichen inkl. Leerzeichen
- HASHTAGS**
3 Hashtags nach Wahl
- PASSENDE LANDINGPAGE**
abgestimmt auf das Thema des Posts
- PASSENDER CALL-TO-ACTION:**
abgestimmt auf das Thema Ihrer Anzeigen
- ZIEL-URL**
max. 2.000 Zeichen, URL-Präfix: http:// oder https://

BILDBESTANDTEILE

- BILDER (EMPFEHLUNG MIN. 2)**
Dateiformat: JPG oder PNG
Dateigröße: 5 MB
1.200 x 627 px
1.080 x 1080 px

INHALTLICHE EMPFEHLUNGEN:

- Thema und Inhalt mit Nutzerfokus
- Mehrwert & Unterhaltung für den Nutzer
- Inhalte wecken Begehrlichkeit

- Alle Materialien spät. 5 Werktage vor der Kampagne an Ludwig Hinkel übermittelt: Ludwig.Hinkel@dfv.de