

Das größte deutschsprachige
Nachrichten-Portal
für das Rettungswesen

rettungsdienst.de
NEWS / FORTBILDUNG / MEINUNG / PRAXIS

The screenshot shows the homepage of rettungsdienst.de. At the top, there is a navigation bar with links for HOME, ÜBER UNS, FAQ, UMFRAGEN, NOTFALLMEDIKAMENTE, KALENDER, FIRMEN, SHOP / ABO, and a search bar. Below this is a secondary navigation bar with links for Anm./ Fortbildung, Blog, Bundesländer, Download, Einsätze, Fahrzeuge, Magazin, Nachrichten, Organisationen, Schulen, and Wirtschaft. The main content area is divided into several sections: 'Magazin' with an article about a rescue station in Angermünde featuring a helicopter image; 'Nachrichten' with several short news items including one about a new command center in Weimar and another about rescue stations in Halle; 'Dachaufsetzer' advertisement for 'ARZT Notereinsatz' and 'SEG IM EINSATZ'; 'Firmendatenbank' advertisement; and 'Einsätze' with an article about a rescue on a cable car in Bodenmais. A newsletter sign-up form is also visible on the right side of the page.

Online Mediadaten 2015/2016

Preisliste Nr. 10
Gültig ab 01.10.2015

Ihr Nr. 1-
Medienpartner
zur 16. RETTmobil!



Mediaberatung Online

Anastasia Schmidt

Telefon 04 21-4688622

E-Mail schmidt@feuerwehrmagazin.de



Online-Chefredaktion/ Transaction Editor

Lars Schmitz-Eggen

Telefon 0421-46886-0

E-Mail: schmitzeggen@rettungsmagazin.de



Mediaberatung Print/Tablet

Ulrike Groß

Telefon 04104-690446

E-Mail: gross@ebnerverlag.de



Online-Redaktion/ Transaction Editor

Volontär

Michael Hoffmann

Telefon 0421-46886-0

E-Mail: hoffmann@feuerwehrmagazin.de

Anschrift Verlag

Ebner Verlag GmbH & Co KG, Karlstraße 3, 89073 Ulm
Postfach 30 60, 89020 Ulm

Bankverbindung

Sparkasse Ulm, Kto.-Nr.: 90917, BLZ 63050000
IBAN: DE56 6305 000 000 000 90917, BIC: SOLADES 1ULM
St.-Nr.: 28/88/030/10409, UST-ID-Nr.: DE 147041097

Allgemeine Geschäftsbedingungen

[Online](#)
[Print](#)



Publisher

Jan-Erik Hegemann

Telefon 0421-46886-0

E-Mail: hegemann@feuerwehrmagazin.de

Frische Ideen für Ihren Erfolg: So begeistern wir für Ihre Marke

www.rettungsdienst.de ist die Nr. 1 bei Google unter dem Begriff „Rettungsdienst“. Aus gutem Grund: Mit klar strukturierten Seiten und Rubriken präsentiert das Online-Portal Hintergrundinformationen und Neuigkeiten aus sämtlichen Themenkanälen des Rettungswesens. Der User orientiert sich problemlos auf dem Portal und erhält die Informationen, die ihn interessieren.

Die Reichweite von www.rettungsdienst.de eignet sich ausgezeichnet, um eine Marke bei der Zielgruppe zu etablieren oder auch konkret Produkte und Angebote zu bewerben. Neben der klassischen Displaywerbung bietet das Portal einen redaktionellen Newsletter sowie zahlreiche Sonderwerbemöglichkeiten an.

Zahlen/Performance

Besuche/Visits:

39.857 monatlich

Seitenaufrufe/Page Impressions:

68.345 monatlich

(Google Analytics, Durchschnitt Januar bis August 2015)

Newsletter-Abonnenten:

4.631

eDossiers/Downloads:

zirka 200 monatlich

(Stand: August 2015)

Optimal informiert auf allen Kanälen



9.267
Facebook-
Fans



2.652
Twitter-
Follower



319
YouTube-
Abonnenten

Messen und Kongresse

Für Ihre Mediaplanung haben wir Ihnen wichtige branchenrelevante Messe- und Kongresstermine 2015/2016* zusammengestellt.

2015

- 17. bis 19. September: 17. **Hauptstadtkongress** der DGAI für Anästhesiologie und Intensivtherapie mit Pflegesymposium und Rettungsdienstforum (HAI)
- 17. bis 27. September: **IAA Pkw** in Frankfurt/Main
- 27. bis 30. Oktober: **A+A** in Düsseldorf
- 16. bis 19. November: **Medica** in Düsseldorf
- 24. bis 26. November: **PMRExpo** in Köln

2016

- 16. bis 24. Januar: **Boot** in Düsseldorf
- 24. bis 26. Februar: **Symposium Intensivmedizin + Intensivpflege** in Bremen
- 3. bis 4. März: **DINK** in Koblenz
- 14. bis 18. März: **Cebit** in Hannover
- 11. bis 13. Mai: **RETTmobil** in Fulda
- 22. bis 29. September: **IAA Nutzfahrzeuge** in Hannover
- 27. bis 30. September: **Security** in Essen
- 15. bis 17. September: 18. **Hauptstadtkongress** der DGAI für Anästhesiologie und Intensivtherapie mit Pflegesymposium und Rettungsdienstforum (HAI)
- 6. bis 8. Oktober: **Florian** und **Aescutec** in Dresden
- 14. bis 17. November: **Medica** in Düsseldorf
- 22. bis 24. November: **PMRExpo** in Köln

(*Stand: August 2015)

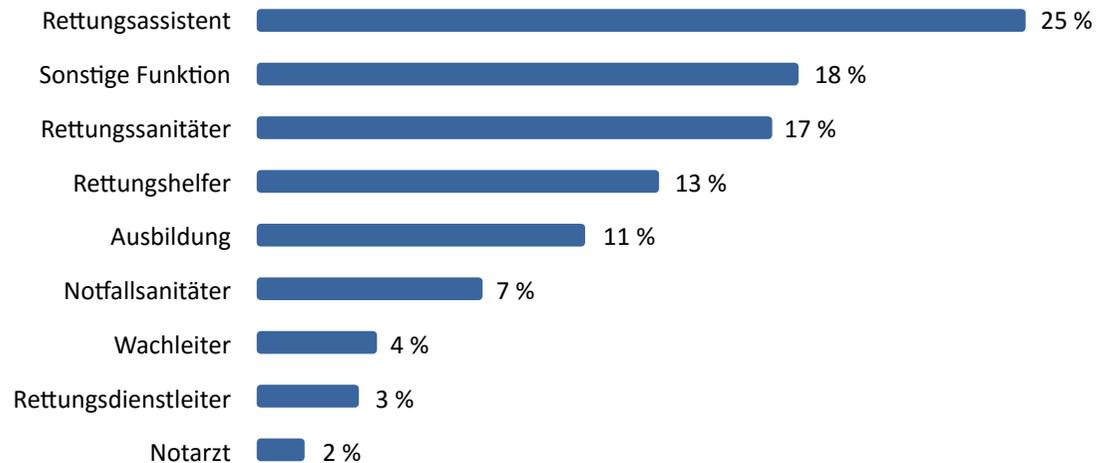
User-Befragung

Mit der User-Befragung aus dem Sommer 2015 bietet www.rettungsdienst.de eine wichtige Unterstützung für Ihre Mediaplanung. Dabei repräsentiert die Umfrage stark untermauerte Trends als Ergebnis und ermöglicht eine präzise und detaillierte Beschreibung der Besucher.

In welcher Funktion sind Sie im Rettungsdienst tätig?

(Mehrfachnennung möglich)

Quelle: User-Befragung rettungsdienst.de, 08/2015, beantwortet von 326 Teilnehmern

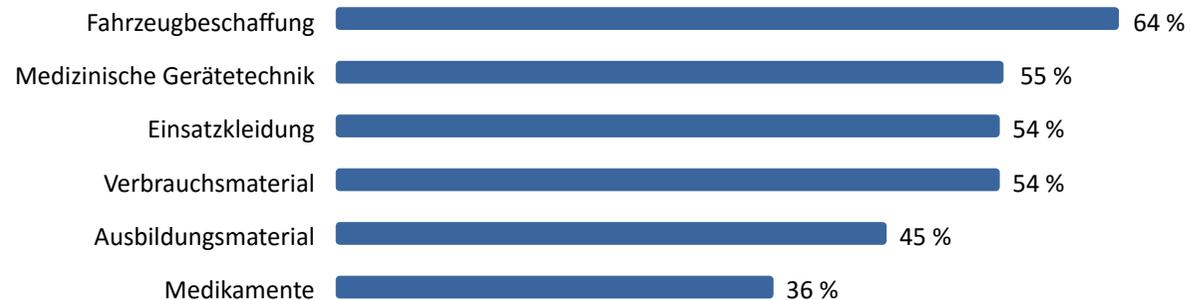


In welchen Bereichen stehen in den nächsten zwei bis drei Jahren in Ihrer Dienststelle Investitionen an?

(Mehrfachnennung möglich)

Eine funktionierende Dienststelle bedarf permanenter Anschaffung verschiedener Verbrauchs- und Gebrauchsgüter.

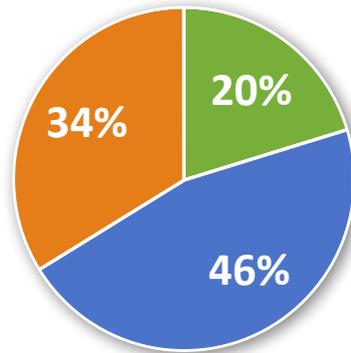
Quelle: User-Befragung rettungsdienst.de, 08/2015, beantwortet von 235 Teilnehmern



Sind Sie an Beschaffungsmaßnahmen beteiligt?

Über 60 % der User sind entweder entscheidungsbefugt oder bereiten Entscheidungen mit vor.

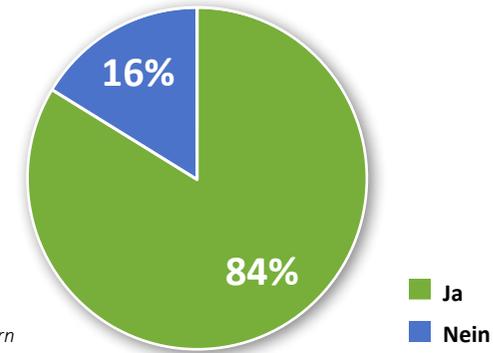
- Ich bin maßgeblich beteiligt/ entscheidungsbefugt.
- Ich bereite Entscheidungen mit vor/bin entscheidungsbeteiligt.
- Ich bin nicht an Entscheidungen beteiligt.



Quelle: User-Befragung rettungsdienst.de, 08/2015, beantwortet von 237 Teilnehmern

Schaffen Sie sich auch privat Ausrüstung an?

Über 80 % der User investieren selbst in ihre Ausrüstung.

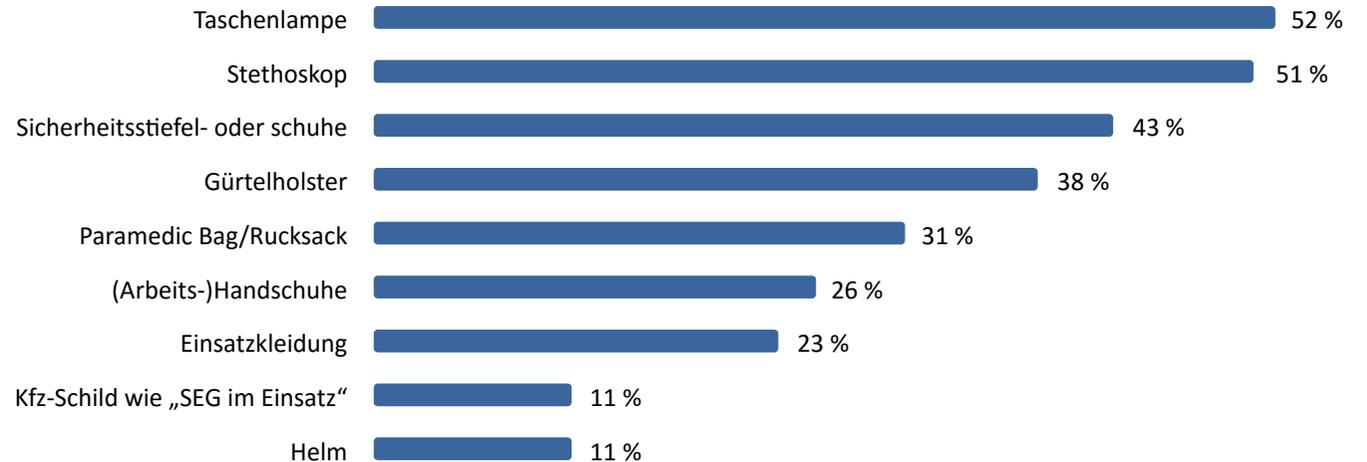


Quelle: User-Befragung rettungsdienst.de, 08/2015, beantwortet von 234 Teilnehmern

Was schaffen Sie sich privat an?

(Mehrfachnennung möglich)

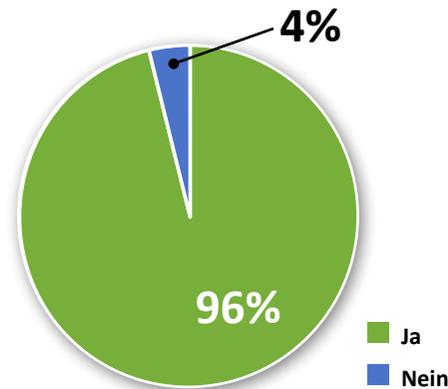
Investitionen in die persönliche Ausrüstung stehen im Fokus der privaten Anschaffungen der User von rettungsdienst.de.



Quelle: User-Befragung rettungsdienst.de, 08/2015, beantwortet von 235 Teilnehmern

Informieren Sie sich im Internet, bevor Sie sich ein Produkt anschaffen?

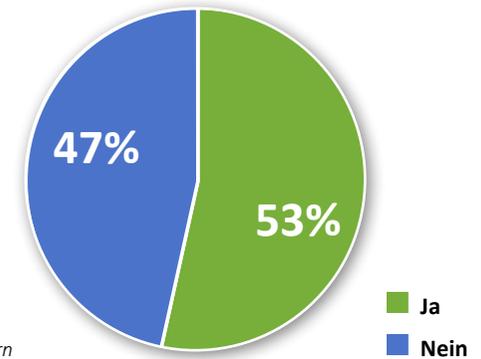
Fast jeder User von rettungsdienst.de informiert sich im Internet vor dem Produktkauf.



Quelle: User-Befragung rettungsdienst.de, 08/2015, beantwortet von 231 Teilnehmern

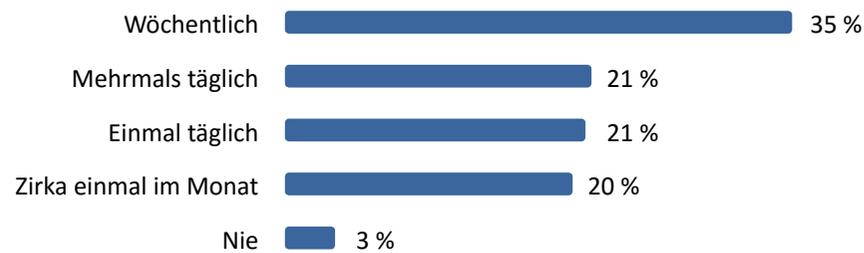
Fanden Sie schon einmal eine Produktvorstellung auf einem Banner/Online-Anzeige bei der Anschaffung hilfreich?

Typisch Fachportal: Mehr als die Hälfte der Nutzer schätzen den Informationsgehalt von Bannerwerbung.



Quelle: User-Befragung rettungsdienst.de, 08/2015, beantwortet von 230 Teilnehmern

Wie oft nutzen Sie unsere Internetseite www.rettungsdienst.de?



Quelle: User-Befragung rettungsdienst.de, 08/2015, beantwortet von 237 Teilnehmern

Audi

The screenshot shows an Audi advertisement at the top of the website. The headline reads "Für den Ernstfall gerüstet." Below the headline is a red Audi car. The advertisement is highlighted with a green border.

Bode

The screenshot shows a Bode advertisement on the website. The headline reads "ONLINE FORTBILDUNG DARF SPASS MACHEN!". The advertisement features a man's face and is highlighted with a green border.

Deutsche Messe

The screenshot shows a Deutsche Messe advertisement on the website. The headline reads "eDossier Kleine Übungen". The advertisement features a book cover and is highlighted with a green border.

Honda

The screenshot shows a Honda advertisement on the website. The headline reads "Neue Wasserwagen Zuerstbewehrung, Notaufzüge, Notaufzüge". The advertisement features a Honda truck and is highlighted with a green border.

Messe Düsseldorf

The screenshot shows a Messe Düsseldorf advertisement on the website. The headline reads "SICHERHEIT ERLEBEN! A+A 2015". The advertisement features a person and is highlighted with a green border.

Stollenwerk

The screenshot shows a Stollenwerk advertisement on the website. The headline reads "KOMFORT-TRADIBESSEL". The advertisement features a blue chair and is highlighted with a green border.

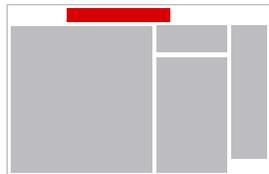
Banner auf der Website

Rotation

Der Banner erscheint im gebuchten Zeitraum **garantiert** genau so oft wie vereinbart. Bei 100.000 gebuchten Ad Impressions in einem Zeitraum (von zum Beispiel einem Monat), wird der gebuchte Banner an der gewünschten Stelle 100.000-mal auf rettungsdienst.de gezeigt. An derselben Platzierung können bei darüber hinausgehenden Seitenaufrufen andere Banner ausgeliefert werden. Somit besteht die Möglichkeit, dass sich auf einer Position mehrere Motive abwechseln.

- Expandable-Formate (Sonderformate) jeweils +20% des jeweiligen TKP*
- Alle Bannerformate bis maximal 50 KB, Format SWF, JPG oder GIF. Werbemittelanlieferung spätestens 5 Tage vor Ersteinrichtung des Werbemittels. Bitte bei Flash-Formaten ein Ausfall-GIF oder-JPG mitliefern.

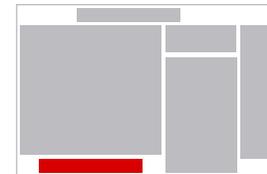
*) Tausend-Kontakt-Preis (TKP): Preis für 1.000 Auslieferungen (Ad Impressions) in der Rotation, Auslieferung über die gesamte Website (run-on-site)



Full-Size-Banner

468x60 Pixel

TKP*: 30,-- €

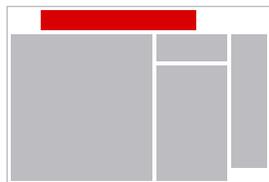


Full-Size-Content-Ad-Banner

(unter jedem Artikel)

468x60 Pixel

TKP*: 40,-- €

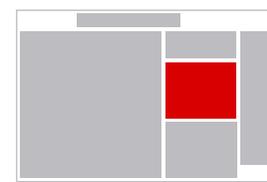


Superbanner

(Leaderboard)

728x90 Pixel

TKP*: 40,-- €

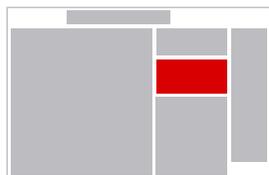


Content Ad

(Medium Rectangle)

300x250 Pixel

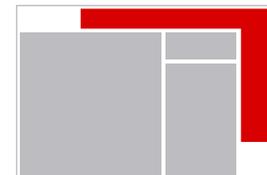
TKP*: 50,-- €



Feature Box

max. 300x150 Pixel

TKP*: 40,-- €

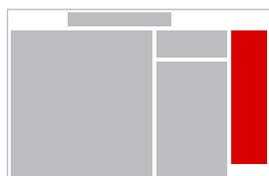


Hockeystick

(Superbanner u. Skyscraper)

728x90 + 160x600 Pixel

TKP*: 70,-- €



Skyscraper

120x600 Pixel oder

160x600 Pixel

TKP*: 45,-- €



Wallpaper

(Hockeystick u. Einfärbung der Web-Site)

728x90 + 160x600 Pixel

TKP*: 90,-- €

Sonderwerbemöglichkeiten (z.B. OTP-Formate) auf Anfrage.

Mindestauftragswert 100,-- €. Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Interessiert? Ich berate Sie gern.

Anastasia Schmidt | Telefon 0421-4688622

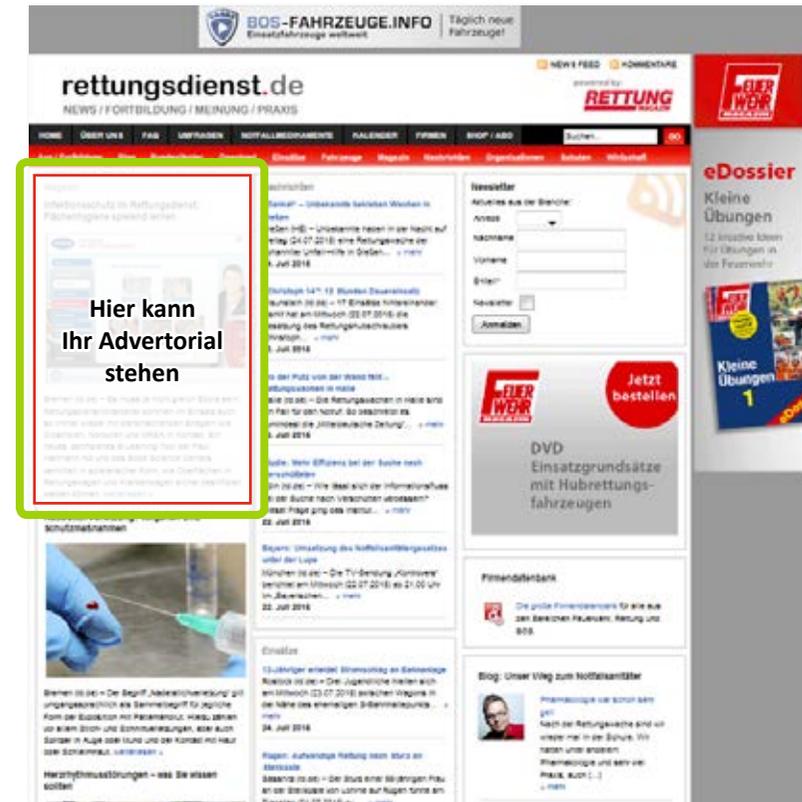
E-Mail schmidt@feuerwehrmagazin.de

Advertorial auf der Website

(Anzeige in Textform mit Bild)

Stellen Sie Ihr Produkt **im redaktionellen Umfeld** vor. Liefern Sie den Usern wertvolle Tipps, interessante Ratschläge und außergewöhnliche Bilder von Ihrem Produkt. Stellen Sie sich die Fragen: Was interessiert meine Zielgruppe? Wie kann ich meiner Zielgruppe helfen? Schaffen Sie mit Ihrem Advertorial einen **Mehrwert für Ihre Zielgruppe**. Wir platzieren Ihr Advertorial in unserem redaktionellen Umfeld, so dass die Aufmerksamkeit unserer User intensiv darauf gelenkt wird. Weitere Vorteile sind, dass Advertorials **nicht von Ad Blockern erkannt** werden und durch das Einbinden eines Links, beispielsweise auf Ihre Produktseite, die SEO-Visibility gesteigert werden kann.

- Platzierung:** Top-Position im Content-Bereich auf der Startseite (Position rotierend), sieben Tage
- Überschrift:** maximal 50 Zeichen (mit Leerzeichen)
- Text:** mindestens 500 bis maximal 2.000 Zeichen (ohne Leerzeichen); Teaser für die Startseite wird automatisch aus Textanfang erstellt
- Bilder:** maximal 1 Bild (150 Pixel Breite x maximal 150 Pixel Höhe), JPG (das Bild wird als Vorschaubild für die Startseite verwendet)
- Kennzeichnung:** Anzeige „Firmenname“
- Link:** maximal ein artverwandter Link zum Produkt oder zur Website ist möglich
- Hosting:** 12 Monate
- Preis:** 790,-- €



Advertorial auf der Website mit Video

Integrieren Sie Ihr auf YouTube veröffentlichtes Video in das Advertorial.

Gesamt-Preis (Advertorial + Video): 1.000,-- €

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Interessiert? Ich berate Sie gern.

Anastasia Schmidt | Telefon 0421-4688622

E-Mail schmidt@feuerwehrmagazin.de

2016

Der rettungsdienst.de-Newsletter wird aktuell **alle zwei Wochen** versendet.

Die rettungsdienst.de Newsletter-Abonnenten erhalten immer exklusiv ein Update über die Top-News der Woche und die aktuellen Ereignisse aus der Branche.

Garantierte Aussendung

Wir garantieren mit jedem rettungsdienst.de Newsletter mehr als 4.631 Newsletter-Abonnenten und erstellen Ihnen auf Wunsch ein Reporting über Öffnungsraten und Klicks

RM

= rettungsdienst.de-Newsletterversand

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | | | | | | |
|-----------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Januar | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | | | | | | | | |
| Februar | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | | | | | | | |
| März | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | | | | | | | | |
| April | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | | | | | | | | |
| Mai | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | | | | | | |
| Juni | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | | | | | | |
| Juli | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | | | | |
| August | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | | | | |
| September | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | | | |
| Oktober | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | | |
| November | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | |
| Dezember | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So |

Banner im Newsletter

Einmalige Aussendung an **garantiert 4.631 Abonnenten**.

1. **Bannerposition:** 500,-- € pro Aussendung
2. **Bannerposition:** 450,-- € pro Aussendung
3. **Bannerposition:** 350,-- € pro Aussendung

Banner-Format und Größe:

Werbemittel: Billboard

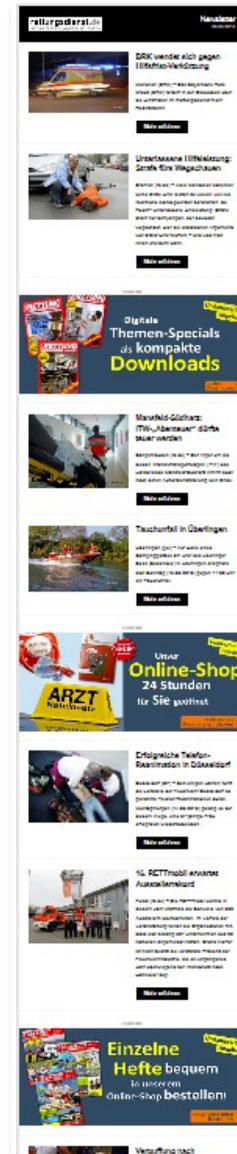
Desktop: 580 x 250 Pixel, maximal 100 KB

Mobile: 320 x 100 Pixel, maximal 80 KB

Media: JPG, GIF

Bitte liefern Sie immer die Desktop- und Mobile-Formate an.

Ihr Banner ist sowohl in der Desktop- als auch in der Mobile-Version zu sehen.



Billboard

1. **Bannerposition**
- Top-Positionierung!**

Billboard

2. **Bannerposition**

Billboard

3. **Bannerposition**

Interessiert? Ich berate Sie gern.

Anastasia Schmidt | Telefon 0421-4688622

E-Mail schmidt@feuerwehrmagazin.de

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

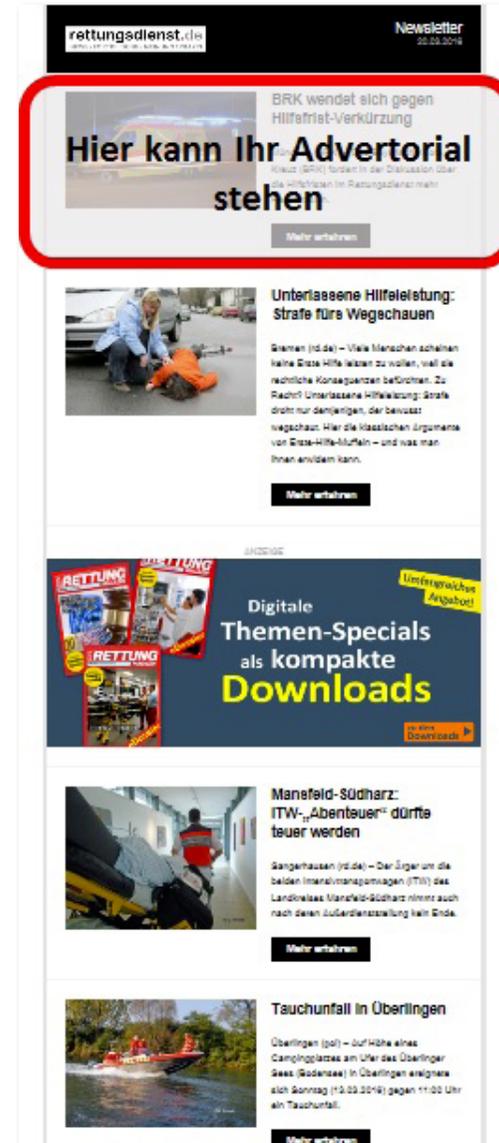
Advertorial im Newsletter

(Anzeige in Textform mit Bild)

Durch ein Advertorial erhält der Leser/Abonnent die hohe Aufmerksamkeit für die Vorstellung Ihrer Lösung, da er den Inhalt in vertrautem Umfeld der redaktionelle Artikel vorfindet.

Einmalige Aussendung an **garantiert 4.631 Abonnenten**.

- Platzierung:** Erster Beitrag im redaktionellen Newsletter
- Überschrift:** maximal 40 Zeichen (inklusive Leerzeichen)
- Text:** maximal 250 Zeichen (inklusive Leerzeichen)
- Bild:** maximal 1 Bild,
Breite 255 x Höhe 255 Pixel (JPG)
- Kennzeichnung:** Anzeige
- Link:** maximal ein artverwandter Link
- Preis:** 500,-- €



Interessiert? Ich berate Sie gern.

Anastasia Schmidt | Telefon 0421-4688622

E-Mail schmidt@feuerwehrmagazin.de

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Online-Paket 1

Skyscraper
1 Monat
10.000 Ausspielungen
450,- €

+

Erste Bannerposition
in einem Newsletter
500,- €

+

Advertorial
in einem Newsletter
500,- €

Regulärer Preis gesamt: 1.450,- €

Paket-Preis:
1.406,50 €

Online-Paket 2

Skyscraper
1 Monat
15.000 Ausspielungen
675,- €

+

Erste Bannerposition
in zwei Newslettern
1.000,- €

+

Advertorial
in einem Newsletter
500,- €

Regulärer Preis gesamt: 2.175,- €

Paket-Preis:
2.066,25 €

Online-Paket 3

Skyscraper
1 Monat
20.000 Ausspielungen
900,- €

+

Erste Bannerposition
in zwei Newslettern
1.000,- €

+

Advertorial
in zwei Newslettern
1.000,- €

Regulärer Preis gesamt: 2.900,- €

Paket-Preis:
2.610,- €

Interessiert? Ich berate Sie gern.

Anastasia Schmidt | Telefon 0421-4688622

E-Mail schmidt@feuerwehrmagazin.de

Stand-Alone-Newsletter

Stand-Alone-Newsletter (Business Information): ein Sondermailing im Look & Feel des redaktionellen Newsletters exklusiv mit Ihren Inhalten, Bildern und den optionalen Werbeflächen zur direkten Kundenansprache an alle Abonnenten zu einem Zeitpunkt Ihrer Wahl. Wir versenden **höchstens einen** Stand-Alone-Newsletter pro Woche. Ihre Botschaft bekommt somit die uneingeschränkte Aufmerksamkeit von über 4.631 Abonnenten. Versand auf Anfrage.

Aussendung an 5 Werktagen möglich (von Montag bis Freitag) an **garantiert 4.631** + X Abonnenten (Stand August 2015).

Preis: 2.550,-- €

Ihre Vorteile:

Look & Feel des redaktionellen Newsletters

- Ausschließlich Ihre Inhalte
- Exklusivität der Werbeflächen
- Mehr als 4.631 Abonnenten
- Die Bildunterdrückung ist in der Regel bereits deaktiviert
- Städtebezogene Auswertung



Können wir Ihr Interesse wecken?

Für eine detaillierte Vorstellung dieser Werbeform können Sie sich gerne jederzeit an mich wenden.

Anastasia Schmidt

Mediaberatung Online

Telefon 0421-4688622

E-Mail schmidt@feuerwehrmagazin.de



Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Ihr Premiueintrag

Werden Sie immer und überall gefunden!

Nutzen Sie die Reichweite von rettungsdienst.de, feuerwehrmagazin.de und bos-fahrzeuge.info und stellen Sie sich der Zielgruppe vor. Hier finden Entscheider jederzeit unkompliziert Ihren Kontakt sowie Ihr Portfolio! Buchen Sie den Premiueintrag, um Ihre potenziellen Kunden bestmöglich zu informieren.

- Der Premiueintrag ist ein Jahr gültig und wird in der Firmendatenbank auf den drei Portalen www.bos-fahrzeuge.info, www.rettungsdienst.de und www.feuerwehrmagazin.de dargestellt.
- Bereits über 1.900 Unternehmen haben sich in der Firmendatenbank registriert.
- Der Premiueintrag verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn der Eintrag nicht spätestens sechs Wochen vor Laufzeitende gekündigt wird.

Preis: 490,-- €

So werden Sie gefunden:

The screenshot shows the website interface for 'rettungsdienst.de'. At the top, there is a search bar with 'www.rettungsdienst.de' entered. Below the navigation menu, the profile for 'Bildungszentrum Medisus' is displayed. The profile includes the company logo, contact information (Trachenbergg 93, 12249 Berlin, Deutschland), phone and fax numbers, and website/email addresses. A horizontal menu below the profile has five items: 'Über uns', 'Ansprechpartner', 'Leistungen', 'Referenzen', and 'Firmendaten', each with a red circle and number (1-5) above it. The main content area contains text about the center's history and services. At the bottom right, there are buttons for 'EINTRAG BEARBEITEN' and 'ZURÜCK ZUR SUCHE'.

- 1 Hier ist Platz für Ihre Firmenbeschreibung
- 2 Der direkte Kontakt für Ihre Kunden
- 3 Präsentieren Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen mit Links zu Ihrer Website
- 4 Ehre, wem Ehre gebührt: Ihr Kundenspektrum
- 5 Zahlen, Daten, Fakten zu Ihrem Unternehmen

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Interessiert? Ich berate Sie gern.

Anastasia Schmidt | Telefon 0421-4688622

E-Mail schmidt@feuerwehrmagazin.de

**Erhöhen Sie die Reichweite
und die Werbewirkung Ihrer Kampagne!**

rettungsdienst.de + RETTUNG^S MAGAZIN + Newsletter
NEWS / FORTBILDUNG / MEINUNG / PRAXIS

Online und Print:

Crossmedial erreichen Sie schneller und direkter Ihre Zielgruppe!

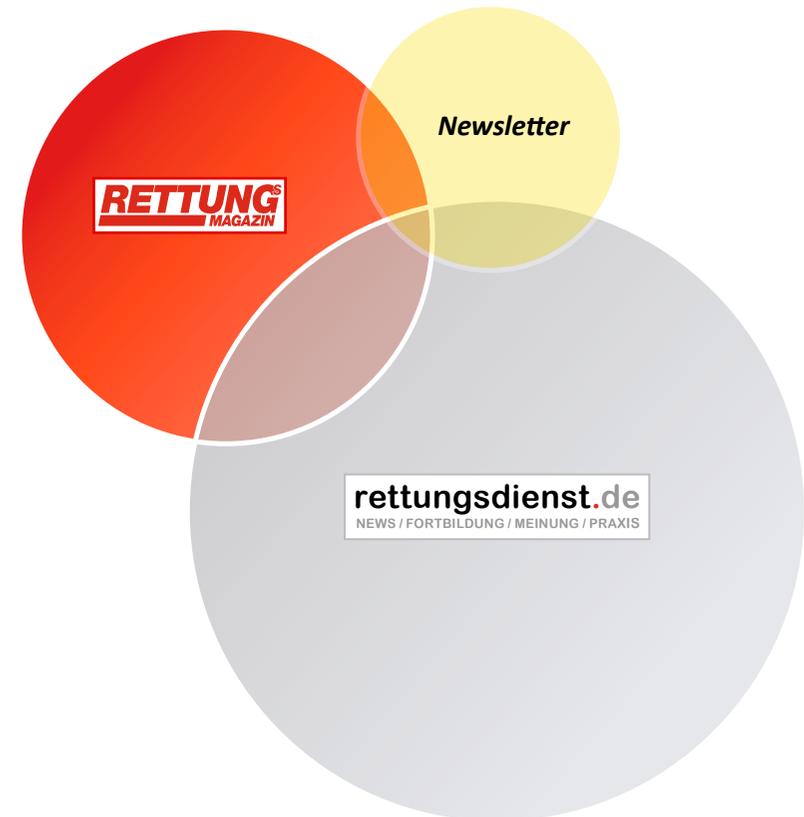
Kombination von Print und Online zur **Reichweitenverlängerung**
Ihrer Werbebotschaft:

| | |
|-------------------------------------|--------------------------|
| Druckauflage des Rettungs-Magazins: | 18.492 Exemplare* |
| Besuche www.rettungsdienst.de: | 39.857 Visits** |
| Newsletter-Abonnenten: | 4.631 + X*** |

laut IVW 1/2015, Durchschnitt Januar bis August 2015, *August 2015*

- Mit drei Kanälen den Wiedererkennungswert Ihrer Marke und Ihrer Produkte in der Zielgruppe steigern!
- Den breiten Spielraum crossmedialer Kampagnen kreativ mit innovativen Konzepten aufmerksamkeitsstark füllen!
- TKP (Tausend-Kontakt-Preis): Das faire Preismodell! Wir berechnen nur die Werbeleistung, die messbar erbracht wurde.

Werben Sie ohne Streuverlust!



Interessiert? Ich berate Sie gern.

Anastasia Schmidt | Telefon 0421-4688622

E-Mail schmidt@feuerwehrmagazin.de

***Hinweis für Flash-Dateien**

Wichtig für die Klickzählung bei Flashbannern ist, dass auf der obersten Ebene Ihres Films eine Schaltfläche mit folgendem Aufruf des Click Tags integriert ist.

Flash Version 6 und höher

```
on (release) {  
  getURL(_root.clickTAG, "_blank");  
}
```

Flash Version 5 und niedriger:

```
on (release){  
  getURL(clickTAG, "_blank");  
}
```

Mehrfache Click Tags

Bei der Integration von mehreren Ziel-URLs muss der Click Tag wie folgt modifiziert werden:
Click Tag 1; Click Tag 2 etc. – maximal 10 Click Tags dürfen im Flash File sein.

- Bitte liefern Sie zu jeder SWF-Datei ein Ausfall-GIF oder-JPG.
- Beachten Sie bei Flash-Animationen: Sollten Sie mehrere Banner gebucht haben, die gleichzeitig geliefert werden und miteinander kommunizieren (Beispiel Wallpaper/Hockeystick), funktioniert die Darstellung nicht mehr korrekt, wenn ein User die Werbemittel in mehreren Fenstern gleichzeitig geöffnet hat.

HTML 5 Werbemittel

Wir können mit unserem Adserver HTML 5 Werbemittel hosten.

Dabei sind folgende Richtlinien zu beachten:

- Verwendung eindeutiger IDs, Klassen, Variablen und Funktionsnamen (pro Banner).
- Keine Ordnerstruktur, alle Dateien müssen im root-Verzeichnis liegen.
- Nur index.html kann Adserver-Variablen auflösen, bei *.js oder anderen Dateitypen, sowie bei weiteren HTML-Dateien werden keine Adserver-Variablen aufgelöst.
- Adserver Variablen werden benötigt, um z.B. Klicks zu zählen oder für richtige Pfade zu den Images. Um dies zu umgehen, könnten die benötigten Dateien auch auf einem File-Server hinterlegt und den Absoluten-Pfad verwendet werden.
- Alle benötigten Scripte sollten wenn möglich in der index.html eingebaut werden.
- Es sollte keine HTML Grundstruktur eingebaut werden (html, head, title, body), da Banner bereits als HTML geliefert werden.
- Die index.html ist in ad.html umzubenennen