

Brandbereich auf Innovando News

Kurzer Serviceüberblick

Kurzdokument für kommerzielle Anfragen

Dokument in deutscher Sprache

Redaktionelles Prinzip

Brandbereich, journalistische Verantwortung, klare Trennung zwischen Information und Promotion.

Kurz zusammengefasst

Ein Brandbereich auf Innovando News ist ein redaktioneller Präsenzraum für ein Unternehmen, eine Institution oder eine Organisation, die langfristig eine stabile, glaubwürdige und erkennbare öffentliche Präsenz aufbauen möchte.

Es handelt sich nicht um eine einfache Werbeseite und nicht um eine Sammlung von Medienmitteilungen. Der Brandbereich ermöglicht es dem Partner, durch journalistisch kontextualisierte Inhalte erzählt zu werden, die mit Branche, Tätigkeit und Themenfeldern kohärent sind.

Ziel

Reputation, qualifizierte Sichtbarkeit, thematische Autorität und digitale Wiedererkennbarkeit durch eine kontinuierliche redaktionelle Präsenz stärken.

Was enthalten ist

| Element | Beschreibung |
|-------------------------|---|
| Präsentationsseite | Profil, Identität, Vision, Kompetenzen und thematischer Rahmen des Partners. |
| Gebrandetes Magazin | Eigene Rubrik innerhalb von Innovando News mit fortlaufendem Archiv der Artikel. |
| Journalistische Artikel | Regelmässige, nachrichtenwertige und kontextualisierte Inhalte nach journalistischem Verfahren. |
| Redaktionelle Links | Verweise auf die Website des Kunden oder auf nützliche Seiten, wenn sie inhaltlich passen. |
| Jährlicher Präsenzraum | Pflege des Brandbereichs und Kontinuität der redaktionellen Präsenz. |

Journalistische Artikel und Advertorials

Journalistische Artikel behandeln Themen von Interesse für den Kunden, müssen aber informativen Wert, Nachrichtenwert und Nutzen für die Leserschaft behalten. Sie sind keine kopierten Medienmitteilungen, keine als Information getarnten Werbetexte, keine Produktdatenblätter und keine Verkaufsseiten.

Advertorials sind werbliche Inhalte. Sie können eine direktere kommerzielle Zielsetzung haben und werden eingesetzt, wenn der Kunde ein Produkt, eine Dienstleistung, eine Kampagne, eine Unternehmensposition oder eine spezifische Initiative umfassend vorstellen möchte.

Transparenzregel

Das Advertorial ist ein legitimes und nützliches Format, wird aber niemals als journalistischer Inhalt dargestellt.

Jährliche Redaktionspläne

| Redaktionsplan | Frequenz | Preis pro Artikel | Jahrestotal Artikel |
|---------------------|---------------------|-------------------|---------------------|
| 12 Artikel pro Jahr | 1 Artikel pro Monat | 205 CHF | 2.460 CHF |
| 24 Artikel pro Jahr | 2 Artikel pro Monat | 155 CHF | 3.720 CHF |
| 36 Artikel pro Jahr | 3 Artikel pro Monat | 142 CHF | 5.112 CHF |
| 52 Artikel pro Jahr | 1 Artikel pro Woche | 130 CHF | 6.760 CHF |

Der Preis pro Artikel sinkt mit der redaktionellen Kontinuität, weil eine strukturierte Jahresplanung grössere Effizienz, bessere Branchenkenntnis und eine kohärentere Themenlinie ermöglicht.

Fixkosten

| Position | Art | Betrag |
|-----------------------------------|-----------------------------|----------------------|
| Jahresabonnement Brandbereich | jährlich wiederkehrend | 1.200 CHF |
| Erstellung der Präsentationsseite | einmalig | 1.600 CHF |
| Advertorial | einmalig, werblicher Inhalt | 3.500 CHF pro Stueck |

Konditionen für Kunden von Innovando GmbH

| Position | Standardpreis | Rabatt | Sonderpreis |
|-----------------------------------|---------------|--------|-------------|
| Erstellung der Präsentationsseite | 1.600 CHF | 50% | 800 CHF |
| Jahresabonnement Brandbereich | 1.200 CHF | 15% | 1.020 CHF |

Die Rabatte gelten für die Erstellung der Präsentationsseite und das Jahresabonnement. Die Kosten für journalistische Artikel und Advertorials bleiben, vorbehaltlich gesondert schriftlich vereinbarter Konditionen, unverändert.

Warum es nützlich ist

Ein Brandbereich ermöglicht es dem Kunden, mit der Zeit ein kohärentes, glaubwürdiges und auffindbares redaktionelles Archiv aufzubauen. Jeder Artikel stärkt die thematische Präsenz der Marke. Jede Veröffentlichung trägt zur Reputation bei. Jeder Inhalt kann zu einer digitalen Spur werden, die für Leserinnen und Leser, Stakeholder, Suchmaschinen und generative KI-Systeme relevant ist.

Der Vorteil besteht nicht nur darin, sichtbar zu sein. Der Vorteil besteht darin, in einem glaubwürdigen Kontext platziert zu werden, mit Inhalten, die Kompetenzen, Vision, Projekte und Rolle der Organisation besser verständlich machen.